



---

# **BACHELORARBEIT**

---

Herr  
**Michael Enthammer**

**Das Micro-Budgeting-Konzept  
nach Jason Blum  
im Hinblick auf deutsche  
Produktionsmöglichkeiten**

**2016**

# **BACHELORARBEIT**

---

## **Das Micro-Budgeting-Konzept nach Jason Blum im Hinblick auf deutsche Produktionsmöglichkeiten**

Autor/in:  
**Herr Michael Enthammer**

Studiengang:  
**Angewandte Medien**

Seminargruppe:  
**AM12wT2-B**

Erstprüfer:  
**Herr Prof. Peter Gottschalk**

Zweitprüfer:  
**Herr Rade Radovic**

Einreichung:  
Stuttgart, 18.01.2015

# **BACHELOR THESIS**

---

## **The Micro-Budgeting-Concept by Jason Blum with view of German producing possibilities**

author:

**Mr. Michael Enthammer**

course of studies:

**Applied Media**

seminar group:

**AM12wT2-B**

first examiner:

**Mr. Prof. Peter Gottschalk**

second examiner:

**Mr. Rade Radovic**

submission:

Stuttgart, 18.01.2015

---

## **Bibliografische Angaben**

Enthammer, Michael:

Das Micro-Budgeting-Konzept nach Jason Blum im Hinblick auf deutsche Produktionsmöglichkeiten

The Micro-Budgeting-Concept by Jason Blum with view of German producing possibilities

59 Seiten, Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences,  
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2016

## **Abstract**

Das Ziel der vorliegenden Bachelorarbeit war die Untersuchung von Jason Blums Micro- Budgeting-Konzept und dessen Anwendbarkeit auf den deutschen Filmmarkt. Hierbei wurde zuerst auf die Begrifflichkeiten um Micro-Budgeting eingegangen und anschließend Blums Geschäftsmodell anhand des Filmes „*Paranormal Activity*“ analysiert. Im wissenschaftlichen Teil wurde dann auf einzelne Kategorien wie Gagen, Drehzeit, Finanzierung und Förderungen, Vermarktung, Relation USA und deutsches System, Sparmaßnahmen und auf Bedingungen für Micro-Budgeting in Deutschland eingegangen.

Die Untersuchung der Kategorien ergab, dass Blums Geschäftsmodell zwar nicht einzu-eins auf den deutschen Markt anwendbar ist, es aber sehr viele Ansätze für eine effiziente Micro-Budgeting Produktion birgt. Gerade in Sachen/Punkten wie Sprache, Gagenstrategie, Produktionsablauf und Logistik, sowie Genre und Inhalt sind die Bedingungen von Blum zu beachten und sollten in Deutschland ein Umdenken anregen.

Dies könnte sowohl für angehende Produzenten als auch für junge Filmemacher, die nach neuen Ansätzen für ihre Filmproduktion suchen sehr interessant sein.

# Inhaltsverzeichnis

<b>Inhaltsverzeichnis.....</b>	<b>V</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis.....</b>	<b>VI</b>
<b>Abbildungsverzeichnis.....</b>	<b>VII</b>
<b>Tabellenverzeichnis.....</b>	<b>VIII</b>
<b>1 Einleitung.....</b>	<b>1</b>
<b>2 Theorie.....</b>	<b>3</b>
2.1 Low-Budget.....	3
2.1.1 Independent Filme & Studios .....	3
2.1.2 B-Movie (B-Film): .....	7
2.1.3 C-Film (Exploitation Filme) : .....	8
2.1.4 Abgrenzung von Low- und High-Budgeting.....	9
<b>3 Micro-Budgeting .....</b>	<b>13</b>
3.1 Film: Paranormal Activity .....	16
3.1.1 Produktion und Entwicklung .....	18
3.1.2 Analyse.....	20
3.2 Jason Blum (Blumhouse Productions).....	28
3.2.1 Das Geschäftsmodell .....	28
<b>4 Micro-Budgeting in Deutschland.....</b>	<b>33</b>
4.1 Micro-Budgeting im Hinblick auf Deutschland .....	33
4.1.1 Gagen.....	33
4.1.2 Drehzeit .....	34
4.1.3 Finanzierung und Förderungen .....	34
4.1.4 Vermarktung.....	36
4.1.5 Relation USA und deutsches System .....	37
4.1.6 Sparmaßnahmen.....	37
4.1.7 Bedingungen für Micro-Budgeting in Deutschland .....	38
<b>5 Ergebnis.....</b>	<b>43</b>
<b>Literaturverzeichnis.....</b>	<b>XI</b>
<b>Anlagen.....</b>	<b>XIV</b>
<b>Eigenständigkeitserklärung.....</b>	<b>XVII</b>

---

## Abkürzungsverzeichnis

CAA	Creative Arts Agency
DSLR	Digital Single Lens Reflex
DV	Digital Video
DVD	Digital Versatile Disc
IMP	Independent Motion Picture
LA	Los Angeles
LKW	Last Kraft Wagen
MPPC	Motion Picture Patents Company
PKW	Personen Kraft Wagen
SAG	Screen Actors Guild
TBWP	The Blair Witch Project

---

## Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1 - Paranormal Activity: DVD Cover .....	17
Abbildung 2 - Paranormal Activity: Katie & Micah's Homevideo .....	21
Abbildung 3 - Paranormal Activity: Nächtlche Aufnahme im Schlafzimmer .....	22
Abbildung 4 - Paranormal Activity: Katie & Schlüssel" .....	24
Abbildung 5 - Paranormal Activity: Ende Kinofassung .....	27

---

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1 - Kosten Deutscher Filmproduktionen (2002-2014) Quelle: Statista.de.....	10
Tabelle 2 - Blumhouse Film Budgets (eigene Darstellung) .....	29
Tabelle 3 - Blumhouse Productions Einspielergebnisse (eigene Darstellung) .....	30



# 1 Einleitung

Hollywood produziert mittlerweile Filme mit einem Budget von 100 Millionen Dollar im Durchschnitt. Eine unvorstellbare große Summe von der man in der deutschen Filmindustrie nur träumen kann. In Deutschland werden Kinofilme mit durchschnittlich vier Millionen produziert. Eine lächerliche Summe im Vergleich zur Traumfabrik. Zu dem sind die deutschen Filme nicht gerade die Beliebtesten. So waren 2015 gerade einmal 27% der gezeigten Kinofilme in Deutschland deutscher Herkunft.

Ich habe in den letzten Semestern Angewandte Medien mit der Spezialisierung auf Producing studiert und möchte als Produzent aus Deutschland arbeiten und irgendwann auch erfolgreich mit meiner Arbeit sein. Die eben genannten Tatsachen sind allerdings aus Sicht eines deutschen Produzenten eher weniger motivierend. Also tauchte ich in meine Recherchen ein, denn da ich derzeit keinerlei Möglichkeit habe solche Gelder aufzubringen und trotzdem Filme machen möchte, suche ich nach Lösungen für den deutschen Markt.

Neben den sehr kostspieligen Produktionen Hollywoods schaffen es auch viele Low-Budget-Filme zu großen Erfolgen auf dem globalen Filmemarkt, was zeigt, dass die Kosten einer Produktion nicht zwingend verantwortlich für den kommerziellen Erfolg eines Filmprojekts sind. Ein Produzent wird damit immer häufiger in Verbindung gebracht. Jason Blum. Gründer von *Blumhouse Productions* und Produzent des erfolgreichen Micro-Budget-Sequel *Paranormal Activity*. Sein Produktionskonzept ist immer das gleiche und hat enormen Erfolg zu verzeichnen.

Diese Tatsache beschäftigte mich sehr und führte zu der Frage, wie man sein Geschäftskonzept auf dem deutschen Markt einbauen kann, um dann auch als deutscher Produzent den ein oder anderen Erfolg zu erzielen.

Ziel der Arbeit soll es sein, zu untersuchen beziehungsweise festzustellen, ob das Geschäftsmodell von Blumhouse Productions auf den deutschen Filmmarkt übertragbar ist.

Was steckt hinter dem Begriff Micro-Budget und wie funktioniert Jason Blums Erfolgsstrategie? Ist genau sein Konzept eine erfolgreiche Alternative für deutsche Filmproduktionen?

Die vorliegende Arbeit wird wie folgt aufgebaut sein und sich einem möglichen Ergebnis annähern:

Im theoretischen Teil werden zusammenhängende und geschichtliche Aspekte mit Micro-Budgeting vorgestellt. Dabei werden zunächst eine Abgrenzung zu anderen Budget-Bezeichnungen vorgenommen und einen Zusammenhang zu Low-Budgeting thematisiert und definiert. Ergänzend wird ein Exkurs über die Wichtigkeit von Independents in der Filmgeschichte vorgenommen, als die Hauptanwender von Low- und Micro-Budgeting. Als Hauptbeispiel wird Blums Durchbruch *Paranormal Activity* analysiert, welches ihn zu seinem Geschäftsmodell, dem Micro-Budget-Konzept, führte. Im wissenschaftlichen Teil wird dann sein Konzept in verschiedene Kategorien zerlegt und mit der deutschen Filmproduktion verglichen. Hierbei werden auf Gagen, Drehzeit, Finanzierung und Förderungen, Vermarktung, Relation USA und deutsches System, Sparmaßnahmen und auf Bedingungen für Micro-Budgeting in Deutschland eingegangen. Zu Letzt soll aufgezeigt werden, ob und unter welchen Umständen das Micro-Budgeting-Konzept von Produzent Jason Blum in Deutschland anwendbar ist.

## 2 Theorie

### 2.1 Low-Budget

Wie die Übersetzung der Bezeichnung „Low-Budget“ vermuten lässt, handelt es sich um eine Filmproduktion, die mit wenigen finanziellen Mitteln hergestellt und distribuiert wird. Low-Budget Filme sind auch oft der erste Schritt in das Filmbusiness. Welche Filme Low-Budget-Produktionen sind, lässt sich nicht immer auf den ersten Blick erkennen, da selbst mit wenigen Mitteln oft ein wertiges Produkt geschaffen werden kann. Low-Budget ist vor allem im B-Movie-Bereich sehr verbreitet beziehungsweise kann davon ausgegangen werden, dass B-Movie-Produktionen in der Regel Low-Budget finanziert sind. Ausgenommen sind dabei Filme, die sich dem Stil bedienen, aber teuer produziert wurden wie beispielsweise *Machete*, *Pulp Fiction* oder *Kill Bill*. Jedoch stammen sie von unabhängigen Filmemachern, die sich von den Blockbustern und dem Mainstream aus Hollywood distanzieren, um eigene Ideen und Konzepte zu verwirklichen.<sup>1,2</sup>

#### 2.1.1 Independent Filme & Studios

Als Independent Filme bezeichnet man jene Produktionen, die unabhängig von den großen Major Filmstudios aus Hollywood produziert werden. Sie sind die Gegenbewegung des Mainstream und verändern stetig die Filmwirtschaft. Der Unterschied der Independent Produktionen zu den herkömmlichen Blockbustern aus Hollywood ist sehr vielseitig. Zum einen liegt die Priorität nicht immer auf der höchst möglichen Gewinnerzielung. Dies ermöglicht den Filmemachern mehr Freiheiten in ihren Produktionen, die dann nicht in das Hollywood-Schema fallen. Zum anderen verfügen Independent Studios nicht über das hohe Budget, das in der „Filmfabrik“ Hollywood zur Verfügung steht. Independents bedienen sich der Freiheit, sich mehr auf Filmkunst, Ästhetik und Ausdruck zu konzentrieren. Dies spiegelt sich in den Arthaus Produktionen wieder. Sie sind experimenteller und meistens nicht für das breite Publikum gedacht, haben aber meist eine treue Fangemeinde. Unabhängige

---

<sup>1</sup> Vgl. Monaco, 2011: S.32, 148

<sup>2</sup> Vgl. Uni Kiel: Lexikon der Filmbegriffe: Low Budget.

Filmmacher sind auch jene, die Entwicklung der Filmherstellung und das Filmbusiness vorantreiben. Durch ihre geringe Größe sind sie flexibler und anpassungsfähiger als die Filmfabriken in Hollywood. Sie gehen mehr Risiken ein und entwickeln die Art des Filmmachens ständig weiter. Neue Aufnahmetechniken oder unkonventionelle Kameraperspektiven, sind nur ein Bruchteil dessen, wie sie die Filmindustrie beeinflussen und immer wieder neue Wege bereiten. Hollywood sind diejenigen, die solche Innovationen aufkaufen oder kopieren und daraus Geld machen. Um das Risiko eines Verlustes zu minimieren, trägt das Marketing einen Löwenanteil des Budgets bei Majorfilmen, wohingegen bei unabhängigen Produktionen, eher die Herstellung des Filmes im Vordergrund steht. Ausnahmen bestätigen jedoch die Regel: beispielsweise dem Film *The Blair Witch Project* wurde verhältnismäßig viel Geld in das Marketing investiert. Der Film wurde erst so zum Erfolg. Manchmal steht jedoch kein Geld für das Marketing zur Verfügung, weshalb Independent Filme häufig nur eine sehr geringe Reichweite bekommen und unentdeckt bleiben. Wenn es zu einer Kinovorführung kommt, sind es oft nur wenige ausgewählte Kinos oder sogenannte Programmkinos, welche eher ausgefallene und experimentelle Filme im kleinen Rahmen zeigt. Bleibt solch ein Release aus, gibt es meist nur eine Verbreitung DVD und Blu-Ray oder durch Video-on-Demand. Jedoch ist dies auch nicht immer garantiert. Diese Produktionen werden oft auch als Billigproduktionen oder B-Movies abgestempelt. Diese Bezeichnung initiiert allerdings eine eher negative Bewertung der Produktion beziehungsweise der Qualität, was nicht zwingend der Fall sein muss, zumal die Qualität eines Films nicht unbedingt von den finanziellen Mitteln abhängt. Low-Budget Filme sind zwar meist Independent, allerdings sind Independent-Filme nicht automatisch Low-Budget. Die Kosten sind demnach nicht für die Bezeichnung eines Independent-Films verantwortlich, zumal es auch teure Produktionen dieser Art der Herstellung gibt. So zählt *Cloud Atlas* mit dem riesigen Budget von 100 Millionen Dollar zu den teuersten Independent Produktionen.<sup>3,4,5</sup>

Filmfestivals wie zum Beispiel *Sundance* und dem *Filmfestival von Cannes* bieten den Independent Filmen eine Plattform, um Anerkennung zu bekommen und damit die breite Masse zu erreichen. So gelang es beispielsweise Tarantinos *Pulp Fiction* 1994, durch den Gewinn der *Goldenen Palme von*

---

<sup>3</sup> Vgl. Monaco, 2011: S.122

<sup>4</sup> Vgl. Uni Kiel: Lexikon der Filmbegriffe: Low Budget

<sup>5</sup> Vgl. Palmeri, 2012.

*Cannes* zum Kultfilm zu werden und beeinflusste viele Neuschöpfungen nach ihm. *El Mariachi* zeigte durch seine Teilnahme am *Sundance-Filmfest* zwei Jahre zuvor, dass No-Budget Filme ohne Stars auch Erfolge erzielen können. Längst haben die Major Studios aus Hollywood die Wichtigkeit unabhängigen kleineren Studios erkannt und gründen ihre eigenen Independent Hersteller. Wie zum Beispiel *Warner Bros* mit *Warner Independent Pictures*. Sie produziert Filme für unter 20 Millionen Dollar und dient zusätzlich als Distributor für eigene oder externe Indie Filme. Um die Bedeutsamkeit der Independents zu verstehen, ist hier ein kleiner Exkurs in die Filmgeschichte.<sup>6</sup>

Der Ursprung von den unabhängigen Filmemachern liegt vor den Zeiten der goldenen Hollywood-Ära. Man kann sie quasi als *DIE* Gründer der sagenumwobenen Traumfabrik bezeichnen. Zu Beginn des zwanzigsten Jahrhunderts, zu den Zeiten des Stummfilms, hatte *Motion Picture Patents Company* (MPPC), mit Sitz in New York, das Monopol auf dem amerikanischen Filmmarkt. So konnte MPPC sämtliche Patente zur Filmherstellung sowie Abspielgeräte in den noch jungen Filmtheatern sein eigen nennen. "The Movie Trust", wie die MPPC genannt wurde, war ein Zusammenschluss von den größten Filmproduzenten mit deren Patenten und dem größten Filmvertrieb in den USA, die unter anderem versuchten den Filmmarkt durch Vorgaben zu kontrollieren. Eine dieser Vorgaben war es beispielsweise, dass ein Film nur eine oder zwei Filmrollen sein durfte. Die ein oder zwei Filmrollen wurden auch als Akt bezeichnet und hatten eine Länge von zehn Minuten. Dadurch war die Länge der Filme auf zehn oder zwanzig Minuten und dementsprechend ein oder zwei Akten beschränkt.<sup>7</sup>

Die Gehälter der Darsteller und Entertainern wurden auch begrenzt und niedrig gehalten, sodass ihr Einfluss und Macht kontrollierbar blieben. Andere Maßnahmen der MPPC waren Unterdrückung und Einschüchterung. So wurden Unkooperativen Kinobetreibern und unabhängigen Filmproduzenten die Ausgabe von Materialien und Technik verweigert. Bei Missachtungen der Regeln oder illegalen Filmproduktionen terrorisierten sogar Schlägertruppen die Filmschaffenden. Darauf gab es die erste Gegenbewegung von unabhängigen Filmemachern, den Independents. Der Regisseur D.W. Griffith, der zuvor unter den *Movie Trust* gearbeitet hatte, entfloh im Jahre 1910 zusammen mit seiner Crew an die Westküste, um sich vor den Monopolisten zu schützen.<sup>8</sup>

---

<sup>6</sup> Vgl. Monaco, 2011: S. 122

<sup>7</sup> Vgl. Monaco, 2009: S. 252 ff

<sup>8</sup> ebenda, S.252

Das Klima und die verschiedenen Landschaften boten perfekte Voraussetzungen für ihre Produktionen. Zahlreiche unabhängige Herstellungsfirmen und Vertriebe formierten sich unter anderem auch *Independent Motion Picture* (IMP) aus denen später die *Universal-Studios* wurden. Anklagen und Gerichtsprozesse auf Grund von illegaler Monopolstellung auf die Filmindustrie, setzte die Movie Trust verstärkt unter Druck. Der Einfluss der unabhängigen Filmfirmen aus Hollywood stieg stetig auf die amerikanische Filmindustrie. Die Produktionen der Independents unterschieden sich von den herkömmlichen Studioproduktionen *Movie Trusts* durch gewagtere Themen, aufwendigere Technik und dem Experimentieren mit Langfilmkonzepten aus Italien und Frankreich. Das Resultat entstand 1915 mit *The Birth Of A Nation*, dem von Regisseur D.W. Griffith ersten amerikanischen Langfilm, der zugleich mit damals 110.000 Dollar als teuerster Film aller Zeiten galt und 20 Millionen Dollar wieder einspielte. Der Blockbuster war geboren.<sup>9</sup>

Dementsprechend setzten die Independents den Grundstein für Hollywoods Erfolgszug und die Produktion von profitablen Kassenmagneten. Parallel dazu geriet *Movie Trust* an der Ostküste der USA auf Grund der zuvor illegalen Monopolstellung in der Filmindustrie mehr und mehr unter Druck und musste sich mit Anklagen und Gerichtsprozesse auseinandersetzen. MPPCs Versuch, weiter ihre Monopolmacht durchzusetzen, scheiterte vor Gericht. Jedoch war dies nicht der Grund ihres Untergangs. Schuld war die voranschreitende Entwicklung des Langfilms, welche die Independents von Europa in den amerikanischen Markt brachten. MPPC hielt weiter an ihren alten „Ein- und Zwei-Akt“ Kurzfilmen fest, die nicht mehr zeitgemäß waren und vom Markt verschwanden. Mit der Übernahme des amerikanischen Filmmarkts entstanden aus den unabhängigen Filmfirmen die großen Majors (*Warner Bro, Universal Picture & co*) und entwickelten das Studiosystem welches von der Produktion über den Filmverleih/-vertrieb bis zur eigenen Filmvorführungsstätte reichte. Die Oligopol Stellung der Studios führte zu weniger auf Innovation sondern vermehrt zu Profit und Rentabilität.<sup>10</sup>

Während des ersten Weltkrieges blieb die europäische Konkurrenz auf dem Weltmarkt zurück und Hollywoods Vormarsch war gesichert. Aus den damaligen Independents entwickelte sich ein neues Monopol: „Hollywood“. Die früheren Rebellen wurden also zu den Herrschenden. In den dreißiger Jahren

---

<sup>9</sup> ebenda

<sup>10</sup> ebenda, S. 257

während der Finanzkrise bildete sich bald darauf eine neue Independent Bewegung, welche sich auf B-Movies spezialisierte. Es folgten neue Märkte wie der Fernsehmarkt ab den Fünfzigern und die Autokinos in den Sechzigern. Viele Independents konzentrierten sich auf die einzelnen Märkte und spezialisierten sich auf Low-Budget Filme. Später folgten daraus die Exploitation Bewegung mit meist noch geringerem Budget.<sup>11</sup>

### 2.1.2 B-Movie (B-Film):

Als in den Dreißigern die *Double Bill* oder *Double Features* in die Kinos der großen Studios kamen etablierte sich der Begriff *B-Movie* in Hollywood. Dies waren Vorstellungen in denen zwei Filme gezeigt wurden. Der Ursprung davon war, dass die Umsatzzahlen der *Major Studios* während der Finanzkrise auffällig rücklaufend waren. Um dem entgegenzutreten wurde nach dem Hauptfilm oder A-Film noch zusätzlich ein B-Film gezeigt, was sich als wahrer Publikumsmagnet erwies.<sup>12</sup>

Die B-Movies wurden ursprünglich von den großen Studios finanziert, jedoch hielt man die Herstellungskosten im Gegensatz zu den A-Filmen sehr gering. Unbekannte Schauspieler und Regisseure, dürftige Stories und geringer Drehaufwand waren das Resultat der billigen Produktionen. Trotz der geringen künstlerischen Leistungen der B-Movies gewannen die *double Features* an Beliebtheit. In kürzester Zeit verbreitete sich diese Art der Vorstellung so stark, das dreiviertel aller Kinos in den USA einen B-Film zum Hauptfilm anboten.<sup>13</sup>

Der neue Filmmarkt für günstige B-Movies rief unabhängige kleine Filmstudios hervor, die sich auf diese Art der Herstellung konzentrierten. Eine Spiellänge von circa einer Stunde und Genre wie Western, Horror und Science Fiction waren üblich. Die Independent Studios konnten ihre Low-Budget Filme gut an die Kinos verkaufen, da diese einen festen Lizenzpreis hatten und die Preise nicht abhängig von der Zuschaueranzahl waren. Mit dem Fall der großen Kinketten durch den Paramount-Prozess 1948 und die Einführung des Fernsehers stieg die Nachfrage für Low-Budget Filme. Die B-Filme wurden zum Teil zu Fernsehfilmen. Immer mehr Independent Studios produzierten Low-Budget-Filme mit verstärkten Kosteneinsparungen. Der Begriff B-Movie verbreitete sich in der Gesellschaft zunehmend als qualitativ schlechte Filme mit schlechtem

---

<sup>11</sup> Vgl. Monaco, 2009: S.246, 252 -253, 257

<sup>12</sup> Vgl. Uni Kiel (2012): Lexikon der Filmbegriffe: double feature.

<sup>13</sup> Vgl. Uni Kiel (2012): Lexikon der Filmbegriffe: B-Filme.]

Schauspiel, günstigen und weniger aufwendigen Sets und flachen Stories, was nicht auf alle dieser Filme zutreffend war. Doch das schlechte Image blieb bis heute erhalten.<sup>14</sup>

### 2.1.3 C-Film (Exploitation Filme) :

Mit der Blütezeit der B-Movies Ende der Fünfziger Jahre und den immer günstiger produzierten Filmen stieg die Beliebtheit der sogenannten *Exploitation Filme*. Übersetzt heißt „Exploitation“ Ausnutzung oder Ausbeutung. Eine mögliche Erklärung für diese Bezeichnung könnte auf die Ausbeutung des Zuschauers zurückzuführen sein. Denn man versuchte durch die extreme Darstellungen<sup>15</sup> und Tabus die Menschen neugierig zu machen. Der Inhalt dieser Filme ist auf die Schaulust des Zuschauers reduziert. Sie hatten meist nur eine banale Handlung und stellten verschiedene Tabuthemen, wie Gewalt und Sex dar. Die Idee dieser Filme war zwar keine Neuschöpfung, doch die Nachfrage der Filme stieg. Verantwortlich dafür waren die steigende Beliebtheit des Autokinos und die Programmausweitung des noch jungen Fernsehens.<sup>16</sup>

Da das Produktionsbudget noch oft unterhalb des B-Movies lag und noch weniger auf Qualität wert gelegt wurde, nannte man diese Art von Filmen auch C-Movies. Der Name konnte sich jedoch nicht wirklich etablieren. Viel mehr sind C-Movies bekannt und spezifiziert durch ihre jeweiligen Subgenrebezeichnungen. Ein Subgenre ist eine genauere Unterteilungen von Hauptgenre wie zum Beispiel von Krimi und Polizeikrimi. Meist auch Wortkombinationen aus dem Themeninhalt und Exploitation. Zum Beispiel *Sexploitation*. Es handelt sich hierbei um die Darstellung von sexuellen Themen, die jedoch nicht direkt mit Pornofilmen in Verbindung stehen. Ein anderes bekanntes Beispiel sind *Blaxploitation Filme*. Diese Filme haben hauptsächlich die schwarze amerikanische Bevölkerung zur Zielgruppe und enthalten demnach auch nur schwarze Schauspieler. Bekannt wurde hier der Film *Shaft*, welcher später sogar mit Samuel L. Jackson neu verfilmt wurde. Andere dieser Wortkombinationen sind *Mexploitation* oder *Nunsploitation*. Weitere Beispiele für C-Filme sind zum Beispiel *Trash*-, *Splatter*- oder *Grindhouse-Movies*.<sup>17</sup> In den Achtzigern etablierte sich ein neuer Markt für C-

---

<sup>14</sup> Vgl. Monaco, 2009: S. 255 f

<sup>15</sup> Vgl. Uni Kiel (2012): Lexikon der Filmbegriffe: C-Filme

<sup>16</sup> Vgl. Uni Kiel (2012): Lexikon der Filmbegriffe: Exploitation

<sup>17</sup> ebenda



Filme. Der Videomarkt für die private Nutzung ermöglichte den direkten Vertrieb auf Videoband. So konnten Filme, die keine Kinoauswertung bekamen direkt als Videokassette in den Verkauf gehen.<sup>18,19</sup>

### 2.1.4 Abgrenzung von Low- und High-Budgeting

Die Bezeichnungen für die Budgethöhe haben sich in Büchern und den Medien mittlerweile als Größenordnung für Filme etabliert. Sie werten die Filme an Hand ihren Ausgaben. Ab wann ein Film als *Low-* oder *High-Budget-Film* bezeichnet wird, ist allgemein nicht festgelegt. Zur Annäherung sollte man aber verschiedene Faktoren berücksichtigen:

Zum einen ist das Land in dem produziert wird ausschlaggebend für die Abgrenzung. Die durchschnittlichen Ausgaben für eine Spielfilmproduktion sind je nach Filmmarkt nämlich sehr divergent. So haben verschiedene Länder eine andere Vorstellung von Low und High. Laut einem Bericht des Tagesspiegels im Jahre 2010 liegt das Durchschnittsbudget einer gegenwärtigen Hollywoodproduktion mittlerweile bei rund 100 Millionen Dollar.<sup>20</sup> Es kann also für die Major Produktionsfirmen aus Hollywood ein zweistelliges Millionen Budgets schon als „Low-Budget“ gelten. Anders sieht es auf dem deutschen Filmmarkt aus. Der teuerste deutsche koproduzierte Film, *Cloud Atlas* stellt eine absolute Ausnahme dar, er lag genau bei diesem Schnitt aus Hollywood.<sup>21</sup>

---

<sup>18</sup> Vgl. Uni Kiel (2012): Lexikon der Filmbegriffe: C-Filme

<sup>19</sup> Vgl. Monaco, 2011: S.87

<sup>20</sup> Vgl. BARDOW (2010): Die Hollywoodformel

<sup>21</sup> Vgl. IMDb (o.A.) (2012): Cloud Atlas

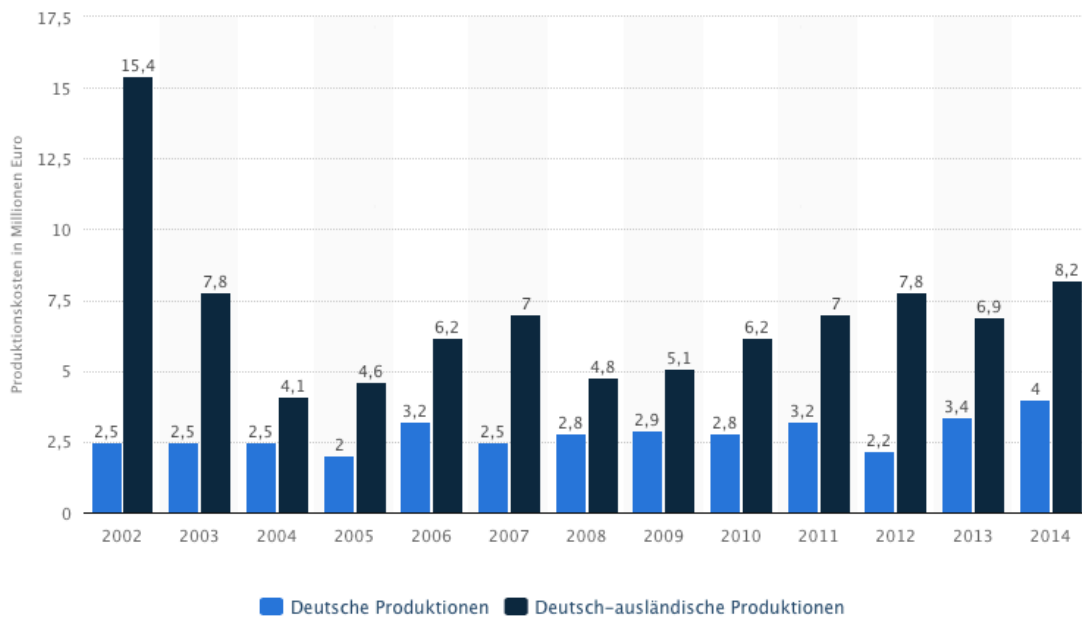


Tabelle 1 - Kosten Deutscher Filmproduktionen (2002-2014) Quelle: Statista.de

Der Medianwert deutscher Koproduktionen liegt nach dem Stand von 2014 bei rund 8,7 Millionen. Dollar beziehungsweise 8,3 Millionen Euro (Tabelle 1). Bei rein deutschen Produktionen arbeitet man aktuell mit ca. 4,24 Millionen Dollar, also vier Millionen Euro (Tabelle 1).<sup>22</sup>

Es wird deutlich, dass der deutsche Filmmarkt eine weitaus geringere Vorstellung von *Low-Budget* hat als der US-amerikanische Filmmarkt. Um eine Vorstellungen von High Budget in Deutschland zu bekommen, sind hier weitere Beispiele: *Das Parfum* von Tom Tykwer mit einem Budget von 60 Millionen Euro, *Der Medicus* (2013) mit 26 Millionen Euro. *Das Parfum* aus dem Jahre 2006 spielten an den Kinokassen 116,3 Millionen Euro ein. *Der Medicus* mit einem zweidrittel geringerem Budget dagegen spielte 2013 weltweit 80 Millionen Euro ein, davon über die Hälfte in Deutschland.<sup>23,24</sup>

Aber nicht nur der Markt zeigt den Unterschied von Low- und High-Budget-Filmen auf. Auch die Machart kann schon viel über die Eingliederung des Filmes aussagen. So machen Gagen für Cast und Stab einen erheblichen Unterschied. In Hollywood sind Millionengagen keine Seltenheit. Stars werden Grundgagen in oft mehreren Millionen bezahlt. Bekanntere Produzenten und

<sup>22</sup> Vgl. Statista (o.V.) (o.J.): Produktionskosten deutscher Spielfilme bis 2014.

<sup>23</sup> Vgl. Sander (2007).

<sup>24</sup> Vgl. Laufs (2015): *Der Medicus*.

Regisseure bekommen auch oft eine Mindestgage von über einer Million. Dadurch sind die Kosten schnell im zweistelligen Millionenbereich. Bei Low-Budget Filmen findet man deshalb oft keine Hollywoodstars oder hochrangige Regisseure. Ein weiterer Unterschied zwischen einem Low und einem High Budget Film sind weitere geldfressende Kostenstellen. High Budget Filme besitzen meistens große Crews und ausgiebige Technik. Außerdem oft aufwendige Settings und viele, oft exotische Drehorte. Low-Budget-Filme sind dabei sehr begrenzt. Überschaubare Crews, wenige Drehorte und meistens nur das nötigste an Equipment.

Im analogen Zeitalter war es oft zu teuer mit einer 35-mm Filmkamera zu drehen. Man musste auf minderwertige Kameras mit 16-mm oder sogar 8-mm drehen. Filmmaterial war zudem sehr teuer und verschlang einen beträchtlichen Anteil des Budgets, weshalb oft nicht ausreichend Geld für andere Dinge übrig blieb. Durch die digitale Revolution sind teure Filmrollen und Filmnegativen nicht mehr nötig. DV- und DSLR-Kameras helfen Kosten einzusparen und man erhält mit geringeren Mitteln eine bessere Qualität.

High-Budget Filme besitzen meist ein großes und teures Marketing-Konzept, um die Chancen auf einen Gewinn zu steigern. Die große Werbekampagne muss dafür sorgen, dass innerhalb der ersten Woche nach Kinostart die Kosten der Produktion gedeckt werden. Besser gesagt, muss es in der ersten Woche absehbar sein, ob die Kosten gedeckt werden. Bei einer Low-Budget-Produktion sieht es da etwas anders aus. Der Break-even-Point ist natürlich durch die geringeren Kosten viel früher erreichbar. Jedoch ist meistens nicht genügend Geld für eine aufwendige Vermarktung und eine Garantie für kostendeckende Einnahmen da.<sup>25</sup>

Die Schauspielergewerkschaft Screen Actors Guild (SAG) versuchte 1996 Low-Budget-Produktionen zu unterteilen um die Entlohnung der Schauspieler zu regeln. Daraus ergaben sich bei der Grenze von zwei Millionen Dollar folgende Kategorien:

- *Low Budget Agreement* – mit einem Budget unter zwei Millionen Dollar
- *Modified Low Budget Agreement* – für unter 500.000 Dollar
- *Limited Exhibition Agreement* – mit weniger als 200.000 Dollar
- *Experimental Film Agreement* – mit weniger als 75.000 Dollar

---

<sup>25</sup> Vgl: Cleve 2006, S. 55

Die jeweiligen Verträge regeln das Gehalt für Schauspieler in Low-Budget-Produktionen die in den USA produziert werden.<sup>26</sup> Sie gelten für die Mitglieder der Gewerkschaft und sollen durch die Verträge geschützt werden. Abgesehen von dem Inhalt der Verträge, ist der Ansatz für Einstufungen an Hand des Filmbudgets soweit nicht schlecht, jedoch sind die Bezeichnungen sehr dürftig. Zum Beispiel muss ein Experimentalfilm nicht zwangsläufig unter 75.000 Dollar agieren. Also lassen sich diese Bezeichnungen nicht unbedingt als Norm für eine Abgrenzung nutzen. Außerdem wäre nach diesen Klassifizierungen die Grenze zwischen Low vermutlich High ab zwei Millionen aufwärts, was aber aus heutiger Sicht viel zu wenig ist. Die von Jahr zu Jahr stetig steigenden Budgets setzen immer höhere Maßstäbe und verschieben die Grenzen fast sogar schon Jährlich. Neben den bekannten *Low* und *High* Gliederungen tauchen immer mehr Bezeichnungen in den Medien für Filmbudgets auf, die je nach dem verschieden definiert werden. Unter Low-Budget fallen weitere Aufgliederungen, wie zum Beispiel No-Budget und das immer häufiger auftauchende Gliederung Micro-Budget.

Grundlegend gibt es keine genaue Grenze zwischen den einzelnen Bezeichnungen. Man kann durch die genannten Faktoren und Ansätze behaupten, dass je nach Standpunkt bezogen, die Grenzen sehr variabel und individuell sind.<sup>27</sup>

---

<sup>26</sup> Vgl. Cleve 2006, S. 62

<sup>27</sup> ebenda

### 3 Micro-Budgeting

*Micro-Budget* ist, wie es sich vermuten lässt, eine Unterform von Low-Budget. Die Filme haben ein noch weitaus geringeres Budget als die Low-Budget-Filme. Sie werden von den Major-Produktionsfirmen aus Hollywood auch als *No-Budget Filme* bezeichnet. Diese Bezeichnung lässt sich damit begründen, dass sie nicht profitabel für sie sind. Die Herausforderung mit noch weniger Etat einen Film zu produzieren sind noch höher weshalb viele Produzenten gezwungenermaßen improvisieren oder experimentieren müssen um einen Film fertigzustellen.<sup>28</sup>

Mit der Digitalisierung wurden die Micro-Budgeting-Produktionen revolutioniert, da Filmemacher nicht mehr auf das teure Filmmaterial angewiesen waren. Durch DV-Kameras können Filme mit erheblich besserer Qualität und kostengünstiger produziert werden. Des Weiteren ermöglicht der digitale Schnitt schneller und flexibler zu arbeiten. Teure Filmkopien und Entwicklung von Negativen, die man zuvor in der Postproduktion und zur Verbreitung benötigte, erübrigten sich auch. DSLR-Kameras sind heute so weit entwickelt, dass Unterschiede zu teuren Produktionen für den Zuschauer kaum noch sichtbar sind. Die digitale Entwicklung ermöglicht einen einfachen Einstieg in das Filmemachen, was zur Folge hat, dass sich die Konkurrenz deutlich vervielfacht hat. Micro-Budgeting hat seither eine neue Dimension erreicht und führte neben kleinen Filmen auch zu einer großen Anzahl an Videoclips, die unter anderem durch das Internet und Zeiten von *YouTube* ihre Zuschauer erreichen.<sup>29</sup>

*El Mariachi* (1993) von Robert Rodriguez (*Sin City*) ist eines der bekanntesten Beispiele für eine *Micro-Budget* Produktion vor dem Durchbruch der digitalen Technik. Wie der Titel vermuten lässt, handelt der Film von einem Gitarrenspieler, der auf der Suche nach Auftritten ist. An der Grenze zu Texas wird er mit einem Killer verwechselt, da dieser den gleichen Gitarrenkoffer besitzt, der allerdings keine Gitarre enthält, sondern voll mit Waffen gestopft ist. Daraufhin wird der Mariachi von Gangstern gejagt, die ihn umbringen wollen. Doch der Mariachi dreht den Spieß um. Robert Rodriguez bewies, dass man selbst mit den geringsten Mitteln einen erfolgreichen Film machen kann. Er ermutigt mit seiner 7000 Dollar Produktion junge Filmemacher bis heute. Mit

---

<sup>28</sup> Vgl. Hanke (o.J.): Micro Filmmaker's Mission

<sup>29</sup> Vgl. Newton 2007, S.12-14

seinem Buch *Rebel Without A Crew* erzählt er Schritt für Schritt, wie er seinen Film produziert hat. Mit der Devise, dass wenn er es schafft, jeder es schaffen kann, ein erfolgreicher Filmmacher zu werden. Unter anderem trieb Rodriguez die 7000 Dollar durch Medikamententests auf und nutzte weitestgehend Freunde und Bekannte als Cast und Crew. Er führte nicht nur Regie, sondern war gleichzeitig Producer, Autor, Kameramann und Editor. Nachdem *Columbia Pictures* Rodriguez ein Angebot für die Distribution unterbreitete, ging es für ihn bergauf. Er gewann bei mehreren Filmfestivals, darunter auch auf dem *Sundance Filmfestival*. Der Film spielte circa zwei Millionen wieder ein.<sup>30</sup>

1999 erschien ein weiterer *Micro-Budget* produzierter Film, der ebenfalls in die Filmgeschichte einging: *The Blair Witch Project*. Der Film wurde mit einem Startbudget von 25 000 Dollar gedreht. Bis zum Ende beliefen sich die Kosten dann auf 60 000 Dollar. *The Blair Witch Project* spielte weltweit etwa 248 Millionen Dollar ein. Die Besonderheit des Filmes liegt in seiner Machart und dem Marketing. Man spricht von so genanntem *Found Footage*, welches angeblich echt ist und veröffentlicht wird. Im Film wird dem Zuschauer folgender Sachverhalt vermittelt: Im Jahre 1996 wollen drei Filmstudenten eine Dokumentation über die Hexe von Blair in Maryland drehen. Dafür gehen sie mit einer Filmkamera und einer Making of-Videokamera zwei Tage in den Wald. Sie filmen sich selbst, wie sie auf den Spuren der Legende sind. Jedoch kehren sie nie mehr zurück. Ein Jahr später werden Filmaufnahmen gefunden, welche die drei bis zu ihrem Verschwinden gemacht hatten. Eine Einblendung am Anfang des Filmes weist den Zuschauer auf das Verschwinden und auf den späteren Fund der Aufnahmen hin.<sup>31</sup>

Dem Rezipienten wird der Film als echt und dokumentarisch verkauft, obwohl er durchgehend fiktiver Natur ist. Der eigentliche Film besteht ausschließlich aus diesem zusammengesetzten selbst gedrehten Material, quasi das Making of *The Blair Witch Project*. Die Produktionskosten konnten sehr niedrig gehalten werden. Es gab kein detailliert ausgearbeitetes Drehbuch mit Dialogen, sondern nur eine grobe Storyline. Die Schauspieler filmten sich meistens selbst und improvisierten zu den vorgegebenen Ereignissen. Für einen dokumentarischen Look wurde aus der Hand gedreht. Dazu verwendeten sie einen einfachen Consumer-Camcorder und eine 16-mm Filmkamera. Der Dreh dauert gerade einmal 8 Tage – die Postproduktion hingegen 8 Monate.<sup>32</sup>

---

<sup>30</sup> Vgl. Broderick, 1999

<sup>31</sup> Vgl. Davidson, 2013.

<sup>32</sup> Vgl. Gore (o.J.)

Für den Erfolg war nicht nur der real wirkende Film ausschlaggebend: Das Marketing um die Premiere verstärkte diesen Glauben an eine wahre Geschichte und erzeugte bei den Zuschauern einen Hype. Es wurde vor der Premiere eine Webseite eingerichtet, die Informationen über die Legende von Blair Witch beinhaltete. Die drei Hauptdarsteller spielten sich selbst und wurden so selbst ein Teil des Mythos - so behielten sie auch in ihren Rollen ihre echten Namen. Auf der Webseite wurden Biografien der Darsteller gezeigt und ein Vermisstenplakat der drei Filmstudenten veröffentlicht. Fotos vom Fundort des Filmmaterials und inszenierte Interviews mit den Hinterbliebenen waren auch Bestandteil. In verschiedenen Foren wurden außerdem mysteriöse Gerüchte um den Film verbreitet. Dies führte zu einem weltweiten viralen Effekt und lockte die Zuschauer ins Kino. *The Blair Witch Project* wurde so vom Micro-Budget Projekt zu einem der einflussreichsten sowie prägendsten und rentabelsten Filme in der Geschichte.<sup>33</sup>

Die beiden Filmbeispiele zeigen, dass nicht zwangsläufig ein hohes Budget nötig ist, um großen Erfolg zu haben. Beide Filme wurden extrem kosteneffizient produziert, in dem hauptsächlich Mittel verwendet wurden, die sowieso schon vorhanden waren. Beide konnten durch ihre Einzigartigkeit und ihren Ideen Zuschauer sowie Kritiker überzeugen. Jedoch bleibt zu beachten, dass natürlich das Marketing bei Filmen eine erhebliche Rolle spielt. Gerade bei Micro-Budget Produktionen wie *The Blair Witch Project* ist das richtige Pushen durch eine Werbekampagne sehr wichtig. Ohne die Verbreitung von Informationen um den Film herum wäre der Film ein einfacher experimenteller Studentenfilm geblieben, der wie viele seiner Art unbeachtet geblieben wäre. Gerade *The Blair Witch Project* war von der Vermarktung her ebenso durchdacht wie seine Handlung selbst. Leider wird dies oft von Filmemachern unterschätzt. Sie gehen meistens davon aus, dass allein die Qualität ihres Filmes für die Verbreitung reicht. Deshalb wird vor allem bei Produktionen mit geringerem Etat ins Marketing selten ausreichend investiert, obwohl dies essentiell zum potentiellen Erfolg beiträgt. Gründe dafür sind wie gesagt, dass die Bedeutung von Vermarktung unterschätzt wird und das benötigte Geld und die Ressourcen eher in das Projekt selbst fließen. Doch ist vielen auch nicht klar, wie ausgefeilt gutes Marketing sein muss, um damit einen Hype zu kreieren. Denn Marketing muss nicht zwangsläufig sehr teuer sein. Gerade in Zeiten der Digitalisierung und der Sozialen Netzwerke zählt vor allem die richtige Idee. Bei *The Blair Witch Project* war es ein Geniestreich, den Film als

---

<sup>33</sup> Vgl. Davidon 2013,

Dokumentation zu verkaufen und dies mit Zeitungsartikeln und Vermisstenmeldungen zu unterstreichen. Hier wurde sehr auf die Faszination und die Neugierde des Menschen für mysteriöse Begebenheiten gebaut. Menschen fürchten sich einerseits vor derartigen Geschichten aber andererseits überwiegt Neugier und die Sensationslust. Beachtlich ist, dass *TBWP* das noch vor dem ausgereiften Internet geschafft hat. Mit den heutigen Möglichkeiten und der richtigen Idee kann möglicherweise trotz der Abgeklärtheit ein ähnlicher Hype erzeugt werden – und das nur mit einem Micro-Budget. Das dies auch nach *TBWP* noch der Fall ist, zeigt der Erfolg von *Paranormal Activity*.

### 3.1 Film: Paranormal Activity

“..., it will fry your nerves ...” (Peter Travers, 2009)

war die Reaktion des Filmkritikers Peter Travers vom *Rolling Stones Magazine* auf den Film *Paranormal Activity*. Er schreibt weiter in seiner Kritik:

„...dass *Paranormal Activity* trotz seiner Einfachheit sehr gelungen ist. Man brauche keine Stars oder Computer Mischmasch um Horror zu erzeugen“. (Peter Travers, 2009)<sup>34</sup>

Dies zeigte Regisseur Orin Peli, denn der Film kommt ohne Special Effects, übliche Musikakzente und blutigen Schockszenen aus, was durch den Erfolg bestätigt wurde Mittlerweile zählt *Paranormal Activity*, neben *The Blair Witch Project*, zu den rentabelsten Horrorfilmen aller Zeiten.

---

<sup>34</sup> Vgl Travers, 2009. (2009): *Paranormal Activity*





Abbildung 1 - Paranormal Activity: DVD Cover

In dem Film geht es um ein junges Paar, namens Katie und Micah. Sie sind frisch in ihr eigenes Haus nach San Diego gezogen. Als Katie nachts mysteriöse Geräusche hört, beschließt Micah eine Videokamera in ihrem Schlafzimmer aufzustellen um eventuelle paranormale Aktivitäten aufzuzeichnen. Katie ist davon überzeugt, dass eine übernatürliche Macht, ein Geist oder ein Dämon das Haus heimgesucht hat. Micah ist fasziniert von den aufgenommenen mysteriösen Ereignissen. Als Katies Ängste größer werden, holen sie den Geisterfachmann Dr. Fredrichs. Der merkt schnell, dass es sich nicht um einen Geist handelt, sondern um einen Dämonen, der speziell Katie heimsucht und es nichts bringt, vor ihm zu fliehen. Dr. Fredrichs kann dem Paar nicht weiter helfen und empfiehlt einen Dämonologen aus LA. Leider ist dieser nicht erreichbar. Katie und Micah sind auf sich alleine gestellt und filmen sich 21 Nächte lang, wie die Phänomene stetig zunehmen. Nachdem Katie nachts unbewusst umherwandelt und sich die Geräusche verstärken, beschließt Micah gegen ihren Willen ein „Witchboard“ zu benutzen um mit der übernatürlichen Macht Kontakt aufzunehmen. Die Aktivitäten und Machtergreifung des Dämons über Katie werden stärker, bis er sie vollständig kontrolliert. Die letzten Aufnahmen zeigen, wie Micah vom Flur ins Schlafzimmer geschleudert wird und danach die besessene Katie in die Kamera springt. Mit einem eingeblendeten Satz über den Fund von Micahs Leiche und das Verschwinden von Katie endet der Film.<sup>35</sup>

---

<sup>35</sup> Vgl. Peli, 2009: Paranormal Activity US; Blumhouse Productions

### 3.1.1 Produktion und Entwicklung

#### Der Ursprung

Die Idee des Filmes hatte der damalige Programmierer Oren Peli in seinen eigenen vier Wänden. Er zog von einem Apartment in sein eigenes Haus in einen Vorort von San Diego. Die Gegend und die Nachbarn waren sehr ruhig. So vernahm er gerade nachts die kleinsten Geräusche. Er erschreckte sich oft und bildete sich auch unerklärliche Dinge ein. Nach dem er Kameras um sein Haus einrichtete, kam er auf die Idee, wie es denn wäre, wenn er sich nachts beim schlafen filmen würde und wirklich paranormale Dinge um ihn herum geschehen würde. Damit war die Idee des Films *Paranormal Activity* geboren. Er fing an, sich mit unnormalen Geräuschen und Geschehnissen, sowie Geisterhäuser auseinander zusetzen. Als er das Erlesene mit seinen eigenen „unnatürlichen“ Erlebnissen verglich, war für ihn klar, dass sein Film von der Darstellung wie *The Blair Witch Project* sein sollte. Also eine Art Horrortagebuch, das die Darsteller über sich führen. Sie dokumentieren sich selbst und ihre Erlebnisse mit der Kamera. Dadurch sollte der Film authentisch und real wirken.<sup>36</sup>

#### Die Produktion der Urfassung von 2007

Orin Peli war kein Regisseur und hatte außerdem nicht viel Geld, um seine Idee zu verwirklichen. Er wollte und musste die Produktion sehr einfach gestalten. Seine Filmcrew bestand aus einem guten Freund und seiner damaligen Freundin. Als Filmset nahm er sein eigenes Haus, welches er während seiner einjährigen Recherche Stück für Stück umgestaltete. Durch ein kleines Casting konnte Peli die damals unbekannten Schauspieler Micah Sloat und Katie Featherston gewinnen, die sich selbst spielen sollten. Neben den beiden Hauptdarstellern gab es nur drei weitere Rollen. Da seine Idee eine Art Tagebuch eines Paares war, filmten sich die beiden Hauptdarsteller hauptsächlich selbst. Sonst wurde die Kamera auf ein Stativ oder auf einen Tisch gestellt. Er konnte so auf einen Kamerastab komplett verzichten, dementsprechend brauchte er auch nicht viel Technik, lediglich eine einfache Videokamera, ein Kopflicht, Mikrophone, ein Tripod und ein Stativ. Das

---

<sup>36</sup> Vgl. White, 2009: The Story Behind Paranormal Activity.

Drehbuch beinhaltete keine Dialoge, sondern ausschließlich Gesprächsthemen und Situationsbeschreibungen, weshalb die Schauspieler viel improvisieren mussten.<sup>37</sup>

Ihre Gage belief sich, laut der Webseite *IMDB.com*, auf jeweils 500 Dollar.<sup>38</sup>

Nach Aussagen von Peli wurden während der siebentägigen Dreharbeiten, nahezu siebenzig Stunden Filmmaterial, aufgenommen, was die Postproduktion erschwerte. Die Gesamtkosten des *Homemade Movies* blieben dabei sehr überschaubar und beliefen sich auf ein Micro-Budget von ungefähr 15 000 Dollar. Nachdem der Film 2007 fertiggestellt war, zeigte er ihn auf dem *Screamfest* in Los Angeles. Dort erreichte Peli die gewünschte Reaktion bei den Zuschauern und überzeugte dabei einen Mitarbeiter der Talentagentur *Creative Arts Agency* (CAA). Sie wollten Peli als Newcomer unterstützen und auf ihn und seinen Film aufmerksam machen. Sie fingen an, DVDs zu verteilen und sich um einen Vertrieb zu bemühen. Erst ohne Erfolg, bis Produzent Jason Blum von *Blumhouse Productions* den Horrorfilm in die Hände bekam.<sup>39</sup>

### Neufassung und Durchbruch 2009

Der Produzent und ehemaliger Mitarbeiter von *Miramax*, Jason Blum, wollte den Film, mit seinem Partner Steven Schneider, unterstützen. Sein Ziel war es, *Paranormal Activity* mit ein paar Schnittkorrekturen auf das *Sundance-Filmfestival* bringen. Nach der Ablehnung gingen sie an das kleinere Festivals namens Slumdance, wo der Film dankend angenommen wurde. *DreamWorks* wurde dort auf den Film aufmerksam, obwohl *Paranormal Activity* nicht zu den herkömmlichen Filmen der Firma passte. Der Regisseur und Produzent Steven Spielberg bekam den Film zu sehen und war davon überzeugt, dass der Film einen Durchbruch erleben wird und schlug Peli und Blum ein paar Änderungen vor sowie die Idee ein alternatives Ende zu drehen. *DreamWorks* Bedenken, dass der Film nicht zu ihrem Image passen würde, wurde durch Spielbergs Interesse überzeugt, verlangten jedoch ein Big-Budget-Remake mit bekannten Schauspielern zu drehen. Die Originalfassung sollte dann als Bonus auf die DVD gepackt werden. Nach verschiedenen Vorführungen entschied sich *DreamWorks* dann für eine gekürzte Fassung des Originals und schnitt den Film extrem um - mit den zusätzlichen Ideen von Spielberg. Doch noch vor der

---

<sup>37</sup> ebenda

<sup>38</sup> Vgl: IMDB (o.V.) (o.J.): *Paranormal Activity*

<sup>39</sup> Vgl. White, 2009: *The Story Behind Paranormal Activity*.

Veröffentlichung entstand das nächste Problem: mit dem Verkauf von *DreamWorks* an *Paramount Pictures* wurden die Filmrechte von *DreamWorks* neu verhandelt. Nach anfänglichen Uneinigkeiten gingen die Filmrechte letztendlich an *Paramount*. Im Spätsommer 2009 begann *Paramount* den Film auf Festivals und einer „Collage-Tour“ zu zeigen, wobei sich *Paranormal Activity* als sehr beliebt herausstellte. Dabei wurde der Film erst nur in ausgewählten Orten in den USA als Mitternachtsvorführung gezeigt. Die Vorstellungen fanden gerade bei Collageschülern anklang. Blum stellte Webcams in die Kinossäle, um die Reaktionen der Zuschauer festzuhalten. Die Schockmomente der Zuschauer wurden zum Teaser zusammengeschnitten. Dieser ging in den sozialen Netzwerken viral und lockte immer mehr Horrorfans in die Kinos. Weltweit spielte der Film an den Kinokassen ca. 194 Millionen Dollar ein. Im Dezember 2009 begann dann der Verkauf von DVDs und Blu-Rays. Als Bonus wurden die alternativen Enden auf den Filmträgern veröffentlicht.<sup>40</sup>

### 3.1.2 Analyse

#### Erzählform

Genau wie *The Blair Witch Project* basiert der Film auf sogenanntem *Found Footage*, also gefundene Filmaufnahmen. Natürlich handelt es sich bei dem Film nicht um reales, gefundenes Material. Jedoch will man es dem Zuschauer als etwas real passierten verkaufen, sozusagen eine Dokumentation. Die Mockumentary, wie man diese Art der Dokumentation auch nennt, besteht aus Fiktion, die als reale Begebenheit dem Zuschauer vorgegaukelt wird. Im Fall von *Paranormal Activity* ist diese Darstellung eine Art Videotagebuch. Die gegenseitige Begleitung der Protagonisten (siehe Abbildung 2) durch ihr eigenes Haus und der gleichen Sicht durch die Kamera, macht aus den beiden Protagonisten eine Art Reflektorfigur. Man erlebt und weiß nur das, was die beiden Protagonisten erfahren. Alles andere bleibt verborgen. Es wird dem Zuschauer zwar kein Gedankengut durch eine innere Stimme vermittelt, trotzdem bekommen die Protagonisten eine Art Reflexivität. Gerade Micah, der die meiste Zeit die Kamera führt, wird zur Identifizierungsfigur (Reflektorfigur), in die sich der Zuschauer hineinversetzt. Durch diese Form des Erzählens wird die

---

<sup>40</sup> Vgl. White, 2009: The Story Behind Paranormal Activity.

Spannung beim Adressaten, dem Zuschauer, gesteigert und er hat die Möglichkeiten sich voll und ganz mit den Protagonisten und deren Erleben zu identifizieren. Leerstellen, die von Zuschauer in der Regel bei anderen Filmen gedanklich gefüllt werden müssen, da ihnen Informationen fehlen und so die Fantasie angeregt wird, sind in diesem Filmformat authentisch, da Protagonist und Zuschauer die gleiche Ungewissheit haben.<sup>41</sup>



*Abbildung 2 - Paranormal Activity: Katie & Micah's Homevideo*

### Die Kamera und Kadrierung

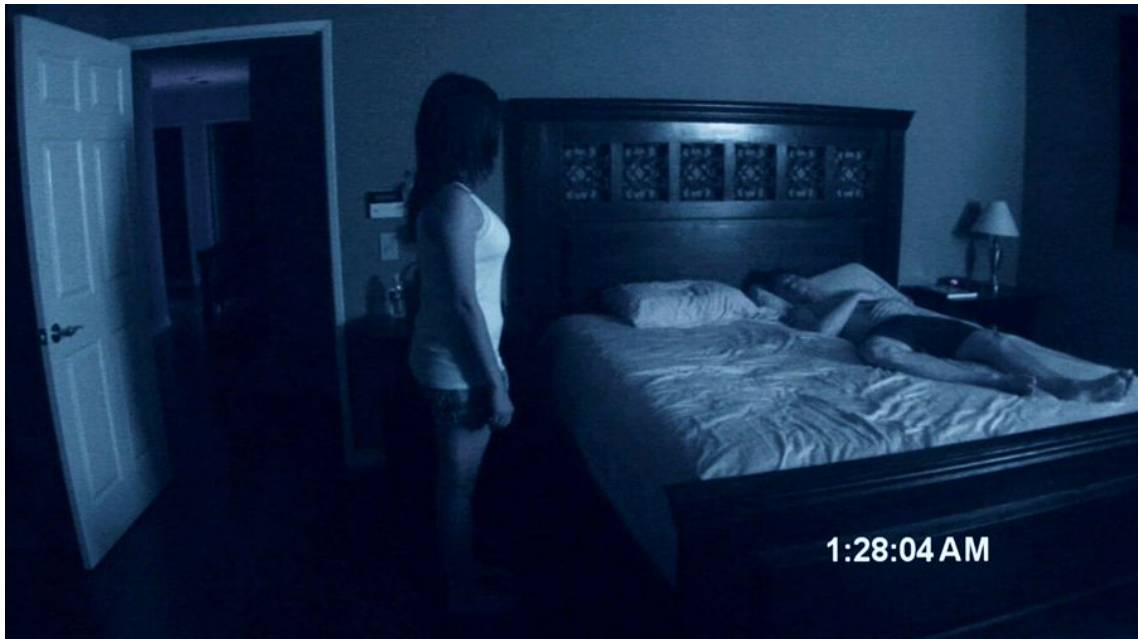
Die Kamera wird hauptsächlich in der Egoperspektive von Micah geführt. Zu Beginn springt sie von Micah zu Katie. Doch je mehr sie Probleme mit dem Dämon bekommt, umso weniger führt sie die Kamera. Die Aufnahmen sind frei aus der Hand gedreht, was hin und wieder zu hektischen und verwackelten Bewegungen führt. Diese verwackelten Kamerabewegungen machen den Anschein eines Homevideos. In Zeiten von YouTube und Smartphone mit integrierter Kamera ist diese Art der Sehgewohnheit bei den Zuschauern nicht fremd. Es wirkt, als ob die Aufnahmen wirklich aus dem Alltag der Protagonisten stammen.<sup>42</sup>

---

<sup>41</sup> Vgl. Peli, 2009: Paranormal Activity US: Blumhouse Productions.

<sup>42</sup> ebenda

Auch die Kadrierung der Bilder ist nicht wie in einem üblichen fiktionalen Film. Abgeschnittene Köpfe und undefinierte schräge Bildausschnitte kommen immer wieder vor. Der goldene Schnitt wirkt - wenn er auftaucht- eher als zufällige Kadrierung. Eine immer wieder kehrende Einstellung ist eine Standaufnahme im Schlafzimmer der Protagonisten (Siehe Abbildung 3). Sie ist während des ganzen Filmes gleich. Es sind auch die längsten Takes ohne einen Cut.<sup>43</sup>



*Abbildung 3 - Paranormal Activity: Nächtliche Aufnahme im Schlafzimmer*

### **Schnitt und Montage**

Der sonstige Schnitt wird hauptsächlich benutzt um kleinere oder größere Zeitsprünge nach vorne zu machen. Da nur mit einer Kamera gefilmt wird und die Protagonisten auch nur eine Kamera in der Handlung haben, gibt es keinen üblichen Schuss-gegen-Schuss bei Gesprächen oder sonstige wechselnden Perspektiven in Situationen. Montagen zur Spannungserzeugung oder andere künstlerische Schnitttechniken gibt es nicht. Es werden lediglich harte Schnitte, weiche Blenden, Zeitraffer und Jump Cuts verwendet, die dazu dienen, die Zeitspanne der Geschehnisse zu bündeln.<sup>44</sup>

---

<sup>43</sup> Vgl. Peli (2009): Paranormal Activity US: Blumhouse Productions.

<sup>44</sup> ebenda

## Licht und Ton

Das Führungslicht besteht zum größten Teil aus einer Videoleuchte. Dieses wird sogar mit in die Handlung miteinbezogen. Die Videoleuchte erzeugt einen runden Kegel bei dunkleren Szenen und macht den Anschein einer Taschenlampe. Dadurch gibt es immer ein Frontallicht. Da der Film in einem Haus spielt wird meistens künstliches Licht verwendet. Meistens durch die Lampen in den jeweiligen Zimmern. Es gibt keine aufwendige kunstvolle Lichtgestaltung oder eine Standard 3-Punkt-Ausleuchtung. Die Lichtgestaltung wirkt eher laienhaft und unterstützt den Anschein des Homevideos. In der Nacht wird ein Nachtfiter draufgelegt, sodass man alles trotzdem noch erkennen kann. Alles erscheint dann so in einem Blauton.

Der Ton gestaltet sich hauptsächlich aus dem Originalton. Keine zusätzliche Musiktitel und Musikakzente sind in der Nachbearbeitung über die Tonspur gelegt worden. Nur durch den laufenden Fernseher oder durch das Abspielen am Computer in der Handlung ist kurz Musik zu hören. Auch auf extra Soundeffekte zum Spannungsaufbau wurde verzichtet. Lediglich ein paar Geräusche bei den paranormalen Erscheinungen wurden verstärkt. Auch das ist auf den Effekt des Homevideos zurückzuführen und macht dies authentischer.<sup>45</sup>

## Spannung und Angst

Das Setting ein Familienhaus, das Eigenheim der Protagonisten, welches eigentlich ein Ort der Geborgenheit sein und das Gefühl von Sicherheit geben soll. Die Vorstellung, in den eigenen vier Wänden machtlos zu sein, ist beängstigend. Gerade in der Nacht weiß man nicht, was um einen herum geschieht. Die paranormalen Phänomene, welche die beiden Protagonisten mit ihrer Kamera durchleben, führen dem Zuschauer vor, was passieren könnte. Der Regisseur zeigt die erschreckenden Aktivitäten immer mit der stehenden Kamera nachts im Schlafzimmer. Es ist alles still und dunkel und plötzlich bewegt sich etwas oder ein unerklärliches Geräusch ertönt.<sup>46</sup>

Zu Beginn handelt es sich um harmlose Phänomene, wie das Geräusch eines auf den Boden fallenden Schlüsselbundes, was von den Hauptfiguren unbemerkt bleibt. Lediglich Katie entdeckt am nächsten Morgen, dass der

---

<sup>45</sup> Vgl. Peli (2009): Paranormal Activity US: Blumhouse Productions.

<sup>46</sup> ebenda



Schlüsselbund nicht mehr da liegt, wo sie ihn am Tag zuvor hingelegt hat (siehe Abbildung 4), was grundsätzlich nicht als unnormales Phänomen einzuordnen ist, sondern sich meist leicht erklären lässt. Natürlich ist es nicht gleich ein unnormales Phänomen, sondern lässt sich oft leicht erklären. Schlüssel werden im Alltag ab und an verlegt und an ungewöhnlichen Orten wieder gefunden, was man sich erfahrungsgemäß nicht erklären kann, da es sich um ungewöhnliche Stellen handelt. Der Film deutet an, dass es auch ein paranormales Phänomen sein könnte die für diese Situation verantwortlich ist und so kann sich der Zuschauer mit der Situation gut identifizieren.



*Abbildung 4 - Paranormal Activity: Katie & Schlüssel"*

Bald darauf in der Nacht zeichnet die Kamera auf, wie sich die Schlafzimmertür bewegt, was jedem Zuschauer aus dem Alltag bekannt sein sollte, in der Regel sich aber mit Zugluft oder einem Windstoß von einem gekippten Fenster erklären lässt. Jedoch erklärt der Protagonist Micah, dass er alle Türen und Fenster verschlossen hatte, was den Eindruck paranormaler Phänomene erweckt. Anders als die Protagonisten bekommt der Betrachter diesmal alles direkt mit. Genau diese Einfachheit der paranormalen Phänomene mit dem Homevideo-Charakter wirken auf den Betrachter anfangs sehr real und nachvollziehbar, da die meisten Zuschauer ähnliche Erfahrungen schon gemacht haben, wohingegen nicht immer mit paranormalen Hintergedanken.<sup>47</sup>

---

<sup>47</sup> Vgl. Peli (2009): Paranormal Activity US: Blumhouse Productions.



Wenig später bekommen die beiden Hauptfiguren die paranormalen Aktivitäten zum ersten Mal direkt mit. Nach dem Katie laut schreckhaft aufwacht und Micah sie darauf hin beruhigt, ertönt aus dem unteren Geschoss ein erschreckendes Geräusch. Sie können sich nicht erklären, was das Geräusch verursacht hat. In einer weiteren Nacht vernehmen die Beiden einen unmenschlichen tiefen Ruf mit darauffolgendem Aufprallgeräusch. Außerdem bewegt sich der Kronleuchter leicht hin und her. Auch hier spielt der Regisseur wieder mit Situationen aus dem Alltag, welche nüchtern betrachtet Aktivitäten sind, die als normale Phänomene, die man sich leicht erklären könnte, zu betrachten sind. Knarren lässt sich oft auf verbautes Holz im Haus zurückzuführen, da Holz arbeitet, selbst wenn es Jahre lang schon verbaut ist. Dadurch kann es zu plötzlichen Geräuschen durch Entlastung von Spannungen geben. Da es nachts normalerweise sehr wenig Nebengeräusche gibt, nimmt man dieses Knarren intensiver wahr. Das leichte Schwingen des Kronleuchters kann durch eine minimale Erschütterung ausgelöst werden. Zum Beispiel durch Vorbeifahrende LKWs oder leichte Erderschütterungen.

Der Dämon, der die paranormalen Aktivitäten auslöst, wirkt dann zum ersten Mal auf Katie. Er ergreift Besitz über sie und lässt sie mitten in der Nacht plötzlich aufstehen. Eine in der Nacht unten rechts eingeblendete Uhr verweist auf die Zeitspanne. Katie stellt sich neben das Bett und betrachtet stundenlang den schlafenden Micah. Besessen verlässt sie das Zimmer und setzt sich ganz starr auf die HollyWOODschaukel im Garten. Micah wacht nach einem Schrei von Katie auf und rennt in den Garten zu ihr. Es geschehen weitere merkwürdige Dinge. Am nächsten Tag kann sich Katie an nichts erinnern. Das Video von dieser Nacht beweist es ihr. Der Zuschauer wird auch hier wieder durch plötzliche Geschehnisse überrascht. Jedoch könnte man den Zustand von Katie auch als eine Form des Schlafwandels interpretieren.<sup>48</sup>

In den nachfolgenden Abschnitten werden die Phänomene immer stärker und zeichnen sich auch immer mehr an Katie. Gegen Ende wird sie aus ihrem Bett geschleift und in den Flur gezogen. Der Dämon zeigt seine Kräfte und die Hauptdarstellerin entwickelt sich während des Filmes vom Opfer zur ungewollten Täterin. Hierbei bemerkt man auch die wachsende Distanz zu Micah und auch dem Publikum. Anfangs filmte sie zum Teil noch selbst aber ihr Zustand wird schlimmer und sie wirkt immer häufiger abwesend.<sup>49</sup>

---

<sup>48</sup> Vgl. Peli (2009): Paranormal Activity US: Blumhouse Productions.

<sup>49</sup> ebenda

In der letzten Sequenz hat der Dämon komplett Besitz über Katie ergriffen. Wie schon zuvor steht sie nachts auf und starrt Micah stundenlang an. Danach verlässt sie das Zimmer und schreit, worauf Micah aufwacht und zu ihrer Hilfe eilt.

Am Ende schleudert sie Micah vom Flur zurück ins Schlafzimmer wodurch er stirbt. Besessen von dem Dämon kommt sie zurück ins Schlafzimmer beugt sich über Micah und riecht an ihm. Sie hebt langsam den Kopf und blickt in die Kamera. Plötzlich springt sie mit aufgerissenem Mund und einem unvergleichbaren Grollen auf die Kamera zu. Das Bild wird schwarz und der Film endet mit der Information, dass Micas Leiche gefunden wurde und Katie bis dato verschwunden blieb. Durch den Blick und den Sprung in die Kamera durchbricht die besessene Katie die sogenannte Vierte Wand und nimmt damit Kontakt zum Zuschauer auf, der plötzlich vom Voyeur zum Ziel wird.<sup>50</sup>

Ein alternatives Ende ist als Bonusmaterial auf der Blu-Ray Disc erhältlich und endet folgendermaßen: Micah eilt zu ihr in den Flur. Man hört Schreie und Geräusche, gefolgt von plötzlicher Stille, in die der Ton von schleppenden Schritten tritt. Dem Betrachter wird in dem Moment Zeit und Spielraum zur Interpretation der nicht einsehbaren Situation gelassen. Aus dem dunklen Flur taucht die besessene Katie mit einem vorgehaltenen Messer auf. Sie schließt die Tür hinter sich, stellt sich vor die Kamera, schneidet sich selbst die Kehle durch und stürzt zu Boden, womit der Film endet. Durch den Tod der Beiden schließt die komplette Story ab, somit ergibt sich eine geschlossene Handlung. Die Kinofassung lässt durch ihr offenes Ende dagegen Platz für eine Fortsetzung.<sup>51</sup>

---

<sup>50</sup> Vgl. Peli (2009): *Paranormal Activity US*: Blumhouse Productions.

<sup>51</sup> ebenda



*Abbildung 5 - Paranormal Activity: Ende Kinofassung*

Der Regisseur schafft es ohne Blut und expliziter Gewaltdarstellung, den Betrachter zu erschrecken, was durch verschiedene Faktoren gelingt, wie dem Kontrast von normalen und paranormalen Situationen. Am Tag in normalen Situationen ist die Kamera sehr aktiv, verwackelt, unruhig und nah bei den Schauspielern. Eine ständige Geräuschkulisse, viel Gerede unterstreichen Leben im Haus und alles wirkt alltäglich. In der Nacht während den paranormalen Aktivitäten ruht die Kamera und man nimmt keine Geräuschkulisse wahr, wodurch es den Eindruck eines Standbildes erweckt. Die rechts unten eingeblendete Uhr gibt dem Zuschauer ein Zeitgefühl. Die Ruhe führt zur Spannung, hebt die Aufmerksamkeit des Betrachters und plötzlich hört man nur ein Geräusch oder eine Aktion im Bild. Die gewonnene Aufmerksamkeit erzeugt durch die plötzliche Aktivität einen kurzen Schreck und bricht die Ruh, wodurch sich der Zuschauer fragt: „Was war das?!“ Wenn die Protagonisten die paranormalen Aktivitäten direkt erleben, wird der Schreck durch hektische Kamerabewegungen und lautstarken Kommentaren erzeugt. Da man nur sieht was die Protagonisten sehen oder hören und man nie erkennen kann, wie die übernatürlichen Phänomenen zustande kommen, wird der Zuschauer in den Zustand des Protagonisten Micah hinein versetzt. Er weiß nur das was er selbst sieht und was er über seine Kamera sieht. Die Einfachheit ohne jeglicher übertriebenen Blut- und Gewaltszenen herkömmlicher

Horrorfilmen, die meist auf Sensation aufgebaut sind, wirkt der Horrorfilm sehr real, wodurch der Zuschauer die paranormalen Phänomene auf eigene unerklärliche Geschehnisse assoziieren kann.<sup>52</sup>

### 3.2 Jason Blum (Blumhouse Productions)

*Blumhouse Productions* ist die Filmproduktionsgesellschaft von Jason Blum. Der Produzent arbeitete zuvor in den Neunzigerjahren unter den Weinstein Brüdern bei *Miramax* als *Executive Producer* (Ausführender Produzent). Danach war er für kurze Zeit als unabhängiger Produzent bei *Warner Brothers* tätig, bis er im Jahre 2000 seine eigene Produktionsfirma *Blumhouse Productions* gründete. Das Unternehmen hatte seinen Durchbruch durch die Mitproduktion von *Paranormal Activity* im Jahre 2007. Jason Blum bekam den damaligen Film von dem unbekannten Regisseur Orin Peli zu sehen und sah eine Chance, die er während seiner Zeit bei *Miramax* verpasst hatte. Damals wurde ihm der Film *The Blair Witch Project* vorgestellt, den er ablehnte. *Miramax* und Blum wussten damals nicht, was der Found Footage-Film für einen Hype auslösen und welchen Erfolg er haben würde. Nun sah er in Pelis Film mit ähnlichem Konzept, seine zweite Chance. Bis 2009 versuchte Blum mit *Blumhouse Productions* den Film *Paranormal Activity* von Pelis in die Kinos und auf Festivals zu bekommen und zu vermarkten. Der Film wurde wie sein Found Footage-Vorgänger zum Erfolg und ebnete den Weg für *Blumhouse Productions*. Mittlerweile hat die Firma eine lange Filmografie mit einigen sehr erfolgreichen Produktionen, mit sogar einem Oscar-Gewinner *Wiplash* und zählt zu der profitabelsten Horror-Produktionsfirmen weltweit. Neben Kinofilme produziert die Firma auch TV-Filme sowie Serien.<sup>53</sup>

#### 3.2.1 Das Geschäftsmodell

Blum führt ein sehr striktes und profitables Geschäftsmodell. Seine Produktionen beschränkt er auf Low- und Micro-Budget und verfolgt die Philosophie der Quantität statt Qualität. Das Diagramm „Budget“ (Tabelle 2) zeigt eine Übersicht seiner meisten Filme mit dem jeweiligen Etat, welche einen Kinostart erleben. Im zweiten Diagramm (Tabelle 3) sind die dazu gehörigen

---

<sup>52</sup> Vgl. Peli (2009): *Paranormal Activity US*: Blumhouse Productions.

<sup>53</sup> Vgl. Jecke, 2015: Blut ist teuer- Wie Blumhouse den Horrorfilm eroberte

Einspielergebnissen an den Kinokassen. Die Liste bezieht sich auf die Filme ab 2009 mit dem Kinorelease von *Paranormal Activity*. Nicht aufgelistet sind Serien und Filme mit mangelhaften Informationsquellen. Es wird deutlich, dass seine Produktionen hauptsächlich sich zwischen drei und fünf Millionen Dollar Etat befinden. Vier Filme in der Liste sind mit neun und zehn Millionen doppelt so teuer. Der Film *The Tooth Fairy* ist mit 48 Millionen eine Ausnahme. Auffallend ist, dass die Filme mit 9 bis 10 Millionen jeweils Sequels (Nachfolgefilme) sind. Gerade bei der Filmreihe von *Paranormal Activity* mit den Teilen ein bis sechs ist eine Budgetsteigerung zu beobachten. Wurde der erste Teil noch mit den Mitteln von 0,45 Millionen auf den Markt gebracht, so ist es bei Teil sechs das Zweiundzwanzigfache. Das gleiche ist bei *Insidious* und *Sinister* zu beobachten, die bei den Sequels auch ein steigendes Budget haben. Daraus lässt sich schließen, dass Blum bei Erstproduktionen kein hohes Risiko eingeht und die Maximalgrenze von fünf Millionen für eine Erstproduktion nicht überschreitet.

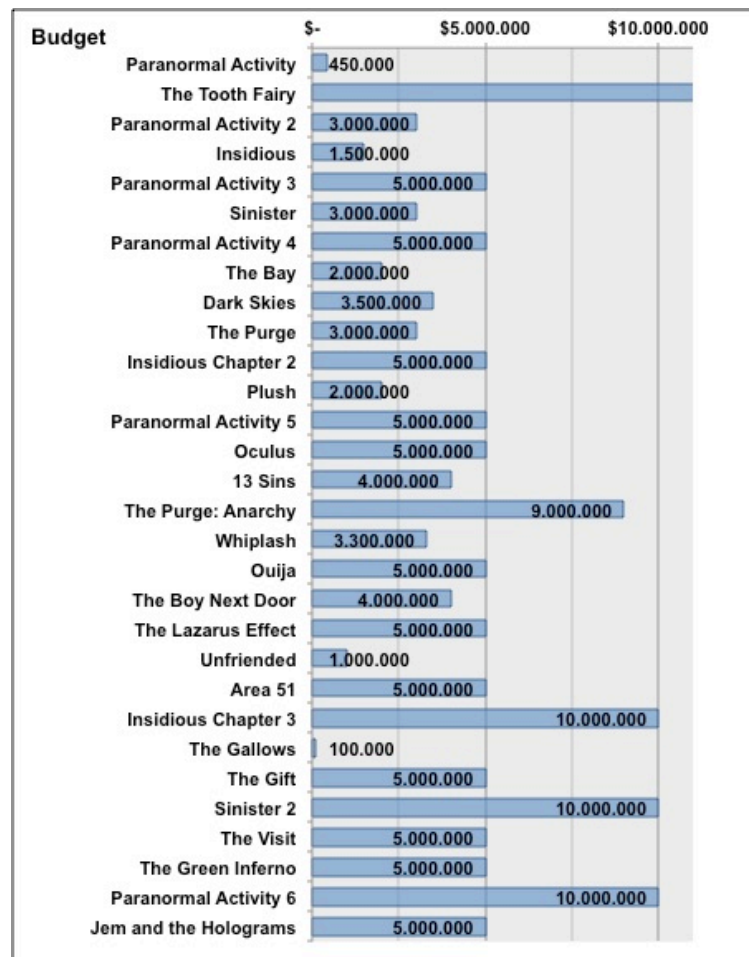


Tabelle 2 - Blumhouse Film Budgets (eigene Darstellung)

Vergleicht man die Höhe der Budgets aus dem ersten Diagramm mit den Einspielergebnissen aus dem zweiten Diagramm (Tabelle 3) ist erkennbar, dass trotz einiger Verluste, die Filme im Gesamten bei einem Kinorelease sehr rentabel sind. Der Mittelwert der Einspielergebnisse beläuft sich auf 76,1 Millionen Dollar. Aus dem Medianwert des Budgets von 5,9 Millionen ergibt sich so ein Durchschnittsgewinn von 70,2 Millionen US Dollar pro Kinorelease.

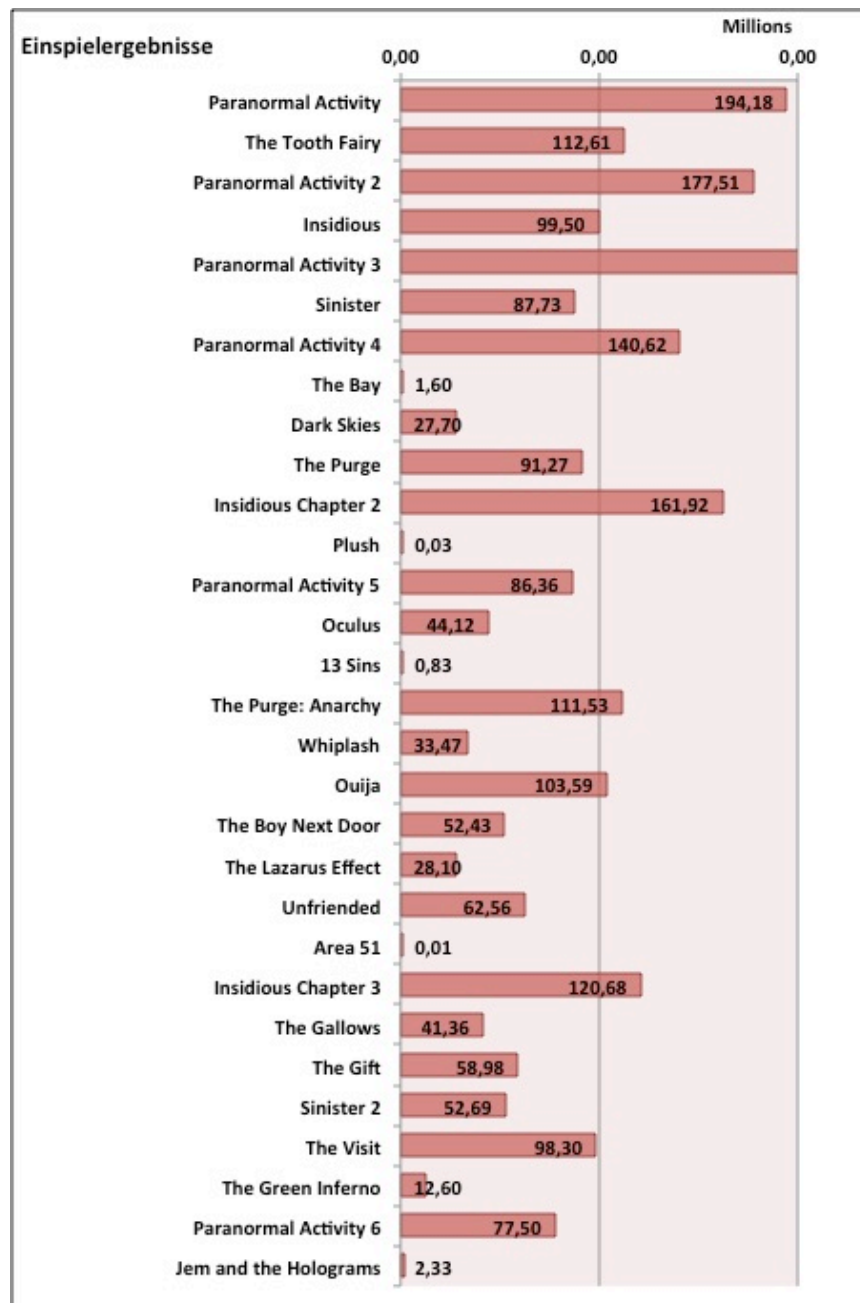


Tabelle 3 - Blumhouse Productions Einspielergebnisse (eigene Darstellung)

Wie Jason Blum es schafft, so profitabel zu produzieren, liegt an einem strikten Plan und für ihn unumgängliche Prinzipien. Er beschränkt sich bei Produktionen auf das Wesentliche und drängt nach eigenen Aussagen auf eine gute Anleitung seiner Crew, die er so klein wie möglich hält. Natürlich sind das noch nicht allein die Aspekte für ein gelungenes Low- oder Micro-Budget Projekt. Aber es sind die Grundvoraussetzungen von Blum. Die strikte Einhaltung von Vorgaben für einen Dreh sind für Blum unabdingbar. Die Höhe des Budgets und die Anzahl der geplanten Drehtage darf nie überschritten werden. Blum zieht so eine Grenze und beschränkt sich so auf maximal 20 bis 25 Drehtage und dem Budget von maximal drei bis fünf Millionen. Seine Drehorte sind auf ein oder zwei Locations reduziert. Außerdem müssen sie sich in der Umgebung befinden, da Logistik- und Transportkosten schnell teuer werden können. Das Setting reduziert er auch auf ein Minimum und arbeitet mit Installationen die schon vor Ort sind. So bevorzugt er Drehorte wie zum Beispiel die eigenen Räumlichkeiten der Crew. Er spart sich dadurch viel Kosten, die er sonst durch Locationscouts Miete, Requisiteure und Setdesigner hätte. Genauso minimalistisch geht er mit Statisten um. Nach einem Bericht der *Süddeutsche* ist Blum sehr sparsam mit Statisten und bevorzugt sie ohne einen Text, Satz oder sogar ein Wort einzusetzen. Da er sonst das Fünffache des vorgegebenen Tagesgehalts von 80-100 Dollar zahlen müsste.<sup>54</sup>

Weitere Kosteneinsparungen zeigen sich in der Gehaltspolitik des sonstigen Casts und der Crew. In Hollywood ist die Höhe von Gagen und Gehälter oft auf Erfolg und Bekanntheitsgrad zurückzuführen. Blum fährt dagegen auf den gewerkschaftlich festgelegten Mindestlohn sowie Minimalgagen, die nach Gerüchten zufolge hart an der Grenze des Legalen sind. Anders wie in Hollywood üblich, hält er sich strikt an die gesetzlich geregelten Arbeitszeiten. Wie er es trotzdem schafft, hin und wieder bekanntere Regisseure oder Schauspieler für Mindestgagen zu engagieren hängt von einem weiteren Aspekt ab. Er wirbt bei einem Kinorelease mit einer vollen Gewinnbeteiligung. Natürlich ist das ein Risiko für die Betroffenen, aber wie schon erwähnt, sind die Chancen und die Gewinnspanne sehr hoch.<sup>55</sup>

Doch das geringe Verlustrisiko von Blums Produktionen ist nicht nur auf die radikale Reduzierung zurückzuführen. Seine strikte Einhaltung von Zeit und Geld ermöglicht es ihm, mehr Filme zu produzieren, die Chancen auf einen Durchbruch erhöhen und einen Verlust verzeihen. Blum bringt so jährlich oft

---

<sup>54</sup> Vgl Timmler, 2015: Filme mit Micro-Budget

<sup>55</sup> ebenda

mehr als 10 Produktionen in die Kinos. Einzeln erzielen diese zwar lange nicht die Einspielergebnisse eines Blockbusters, aber in der Summe und mit Bezug auf die Kosten sind sie um ein Vielfaches profitabler.<sup>56</sup>

Jason Blum vertraut außerdem bei seinen Produktionen hauptsächlich auf seinen Regisseur. Er stellt zwar die Rahmenbedingungen und schlägt seine Ideen und Vorstellungen vor, jedoch überlässt Blum ihm die künstlerische Entscheidung. Nach eigener Aussage ist genau das ein großes Problem in Hollywood. Regisseure verbrauchen nach seiner Meinung viel zu viel Energie in Verhandlungen um ihren Willen gegenüber den Studios durchzusetzen, das dadurch die Filmkunst darunter leidet. Natürlich ist seine Bedingung, dass sie für die minimale Gage arbeiten. Ein weiterer Faktor ist, dass Blum kein Outsourcing betreibt. Er lässt die ganze Produktion von der Entwicklung, Casting über Editing, Tonmischen, Farbkorrektur und Spezialeffekte bei Blumhouse. Das spart Kosten und seine Mitarbeiter sind eng mit dem Filmprozess verbunden.<sup>57</sup> In einem Interview mit *LA WEEKLY* bringt er seine Philosophie für einen guten Film auf einen Punkt:

"... more time a director spends on the special effects, and the stadium and the car blowing up, and the rain and the weather, the movie suffers. What makes a good movie is character, acting, story..." (Jason Blum in Interview mit Amy Nicholson vom *LA WEEKLY* Magazin, CA, 15 Oktober 2015).

Auch wenn sein einzelne Faktoren nicht revolutionierend sind, wie zum Beispiel die strikte Einhaltung von Drehtagen, rufen sie doch ein klares Muster und Einstellung hinter dem gesamt Konzept hervor. Klare Linien, unabdingbare Einhaltung von Regeln und vertrauen in die Arbeit.<sup>58</sup>

---

<sup>56</sup> Vgl. The Numbers (o.V.)(o.J.): Box Office History for Blumhouse Movies.

<sup>57</sup> Vgl. Nicholson, 2015: Can Budget-Slasher Jason Blum Prove The Way Hollywood Makes Movies Is Horrifyingly Wrong.

<sup>58</sup> ebenda



## 4 Micro-Budgeting in Deutschland

Im bisherigen Teil der Arbeit wurde dargestellt und erläutert, welche Budgeteingrenzungen es gibt, was Micro-Budgeting ist und wie es Jason Blum bzw. *Blumhouse Productions* geschafft hat, daraus ein funktionierendes Geschäftsmodell zu entwickeln. Nun stellt sich die Frage, ob daraus auch deutsche Filmproduzenten lernen und profitieren können. Dafür ist es wichtig, sich die deutsche Produktionsweise zu betrachten und in Bezug zum Micro-Budgeting-Geschäftsmodell zu stellen. Wie im ersten Teil der Arbeit schon geschildert wurde, sind die wichtigsten Faktoren, dass die Beteiligten zunächst nur ein Mindestgehalt erhalten und in der Gewinnspanne berücksichtigt werden. Des Weiteren wird darauf geachtet, dass sich die Produktionen innerhalb von etwa 20 Tagen an möglichst wenigen Drehorten abdrehen lassen. Hier steht an erste Stelle, dass die Kosten so gering wie möglich gehalten werden.

In den USA zählen Niedriggagen und Gewinnbeteiligung zur Normalität, auch wenn sich diese in anderen Dimensionen bewegen. So zahlt Hollywood für einen Starschauspieler mehrere Millionen und oft verhandelt dieser noch eine Gewinnbeteiligung zusätzlich aus. Sonstige Gagen sind in der Regel so niedrig, dass gerade Schauspieler nicht davon leben können.

### 4.1 Micro-Budgeting im Hinblick auf Deutschland

#### 4.1.1 Gagen

In den USA zählen Niedriggagen und Gewinnbeteiligung zur Normalität, auch wenn sich diese in anderen Dimensionen bewegen. So zahlt Hollywood für einen Starschauspieler mehrere Millionen und oft verhandelt dieser noch eine Gewinnbeteiligung zusätzlich aus. Sonstige Gagen sind in der Regel so niedrig, dass gerade Schauspieler nicht davon leben können.

Auch in Deutschland ist eine Auszahlung bei Gewinn Gang und Gebe. Dies lässt sich mit den in Deutschland üblichen Rückstellungsverträgen vergleichen. Sie bedeuten, dass die Mitwirkenden erst einmal nur einen kleinen Teil, oder auch gar nichts ausbezahlt bekommen. Im Falle des finanziellen Erfolgs wird der Gewinn auf die Beteiligten verteilt bis deren verhandelten Verträge ausgefüllt sind. Wie der Begriff schon andeutet, wird die Gage also bis zur Gewinnausschüttung zurückgestellt. Vergleicht man dies nun mit der Gagen-Politik von *Blumhouse Productions*, kann man sogar sagen, dass die deutschen sogar noch effizienter produzieren, denn in Blums Fall werden die Mitwirkenden ohne Obergrenze beteiligt. Sollte ein Film also extrem erfolgreich sein, können

die Mitwirkenden auch mit recht viel Geld rechnen. In Deutschland ist meist die Tarifgasse gleichzeitig die Obergrenze des Rückstellungsvertrags, also Auszahlung bei Einnahmen. Was Blumhouse also grundsätzlich ausbezahlt, ist das Äquivalent zum deutschen Gewinnfall. Hier muss natürlich berücksichtigt werden, dass sich die deutschen und amerikanischen Tarifgassen unterscheiden. Trotz allem können Laiendarsteller durch Rückstellungsverträge selbst wenn ein Film der erfolgreichste Film aller Zeiten werden würde, nicht mehr Geld verdienen, als wenn er gerade so die Produktionskosten deckt. Dieser Aspekt von Blums Micro-Budgeting-Konzept ist im deutschen Film also sowieso schon üblich, vor allem bei den weniger bekannten Darstellern und der Crew. In Deutschland wird es sogar noch extremer gehandhabt.

#### **4.1.2 Drehzeit**

Ein weiterer Produktionsfaktor ist, dass die Drehbücher innerhalb von relativ wenigen Tagen und an so wenigen Drehorten wie möglich umgesetzt werden können. Sowohl bei Hollywood Produktionen, als auch bei kleinen studentischen Filmen wird in der Regel sehr eng geplant. Dies ist also auch keine Seltenheit. Blumhouse setzt dies aber als Dogma. Beinhaltet ein Drehbuch zu viele Drehorte und zu aufwendige Szenen, für die vielleicht erst noch Tage- und Wochenlang Kulissen aufgebaut werden müssen, eignet es sich nicht als Blumhouse Produktion, da so die Kosten nicht niedrig gehalten werden können. Zudem würden viele Locations und größere Umbauten von Szenen das Risiko eines Zeitverzuges erheblich steigern. Zeit und Kosten würden schneller die Rahmenbedingungen sprengen.

#### **4.1.3 Finanzierung und Förderungen**

In Deutschland werden die meisten Langfilmproduktionen, nicht aus eigener Tasche bezahlt, sondern grundsätzlich durch einen großen Teil an Filmförderungen. Um diese Förderungen zu bekommen, muss in einem langwierigen Prozess entschieden werden, ob das geplante Projekt nun eine Chance auf Gewinn hat oder sozialen, politischen oder kulturellen Wert besitzt. Diese und viele weitere Gesichtspunkte werden in Fördergremien erörtert, bevor es zu einer Bezuschussung kommt. Allerdings werden die Kriterien, die über die Zu- beziehungsweise Absage einer Förderung beeinflussen, stark kritisiert. Grund für Kritik, ist die immer geringere Risikobereitschaft. So werden meist nur Produktionen gefördert, deren Filme auch ohne Förderung einen

großen Erfolg mit sich ziehen. Währenddessen wird das breite Spektrum an Genrefilm, das eben auch Blum bedient, weitestgehend übergangen, obwohl dieses auf dem internationalen Markt den bedeutendsten kommerziellen Anteil trägt. Filme wie *Paranormal Activity* würden aufgrund ihres Genres es deshalb in Deutschland nicht durch die Förderungen schaffen.<sup>59</sup>

*Blumhouse Productions* funktioniert folglich durch Quantität: scheitert ein Filmprojekt, so muss einer der nächsten eben erfolgreich sein. Es folgt Film an Film.

In Deutschland ist die Produktion mit Fördergeldern jedoch sehr zeitintensiv. Man muss lange warten bis alle Formalitäten genehmigt sind und das Geld fließt. Resultat dieser Bürokratie ist, dass es fast nicht möglich ist, aus Fördertöpfen überhaupt mehr als einen Film pro Jahr zu finanzieren und zu produzieren. Im Gegensatz dazu produziert *Blumhouse* pro Jahr mittlerweile über zehn Filme. Die Wahrscheinlichkeit, dass einer davon alle Misserfolge der anderen wieder relativiert, ist dank Blums Produktionsweise, sehr hoch. Selbst wenn eine Förderung ein Projekt nach Blums Produktionsweise und Genre unterstützen würde, wäre sie höchst wahrscheinlich nach einem Misserfolg nicht bereit Fördergelder in ein ähnliches Projekt der gleichen Firma zu investieren.<sup>60</sup>

Nun ist allerdings für die *Blumhouse*' Micro-Budgetierung-Methode nötig, ein Filme im „Genrefilm“-Bereich zu produzieren, beispielsweise Horror, seine Spezialität. Er spielt mit den Urängsten seiner Zuschauer und kann dabei auf vieles verzichten, was andere Genre fordern. Komödien, die noch die erfolgreichsten deutschen Kinofilme darstellen, sind in dieser Art weder mit Laiendarsteller noch in so kurzer Zeit an derart wenigen Drehorten umsetzbar. Der konventionelle deutsche Finanzierungsweg über die Filmförderungsfonds ist also nicht mit Blums Micro-Budgetierung zu vereinen. Folglich stellt sich die Frage, ob eine Micro-Budgetierung mit entsprechendem Effekt auf einem anderen Weg in Deutschland funktionieren könnte.

*Paranormal Activity*-Regisseur *Oren Peli* verwendete in seinem Film sein eigenes zusammengespartes Geld, er investierte also selbst in seinen Film. Dies steht in Deutschland jedem offen und wurde vereinzelt auch schon teils erfolgreich gemacht. *Hans Weingartner* finanzierte seinen Film *Die fetten Jahre sind vorbei* teils mit eigenem Geld, teils mit dem Geld seines Umfeldes. Obwohl der Film in Deutschland anfangs abgelehnt wurde, zählt er mittlerweile zu den

---

<sup>59</sup> Vgl. Gass, 2015: Das deutsche Filmförderungsgesetz braucht einen Wandel.

<sup>60</sup> ebenda

bekanntesten, deutschen Produktionen. Er setzte auch auf Einfachheit in der Herstellung. Es ist also durchaus möglich, seine Filme wie *Oren Peli* selbst zu finanzieren. Selbstverständlich ist zu beachten das O. Peli's Debüt ein Versuch ohne jegliche Vorkenntnisse war, der durch Blum erst bekannt wurde. Doch besteht auch hier die Gefahr der Blum'schen Wahrscheinlichkeitsrechnung; Wird der Film nicht erfolgreich oder bekommt keinen Kinorelease, ist ein Privatvermögen verloren. Schließlich versuchen Filmemacher auf Nummer Sicher zu gehen und halten sich letztendlich doch an Konventionalität, was wiederum wohl nicht in einem Hype wie *The Blair Witch Project* oder *Paranormal Activity* resultiert. Das fehlende eigene Kapital ist also mit Grund für die Wagnislosigkeit. Daher ist es sinnvoll, potente Fremdinvestoren ausfindig zu machen.

#### 4.1.4 Vermarktung

Ein sehr großer Unterschied zwischen *Blumhouse Productions* und üblicher deutscher Vorgehensweise ist auch, dass das meiste Geld in die Produktion selbst fließt und kaum Geld und Know-How in das Marketing fließt. Die Micro-Budget-Filme sind an sich zwar sehr günstig umgesetzt, doch fließt sehr viel Geld in die Vermarktung.

Deutsche Produktionen abseits von Komödien und Ausnahmen werden im besten Fall in vereinzelt unabhängigen Kinos gezeigt und in kleiner Auflage auf Datenträger angeboten – allerdings oft ohne jegliche Werbung. Das bedeutet, dass die Filme eventuell zwar Interessenten haben könnten, doch wissen die meisten Filmkonsumenten gar nicht, dass es diese Filme gibt. Die meisten potentiellen Kinofilme sind aufgrund mangelnder Information über ihre Existenz völlig unbekannt und dementsprechend erfolglos, obwohl sie in vielen Fällen sogar das Potential hätten, sehr viel Geld einzuspielen.

Bis zu einem gewissen Punkt lässt sich feststellen, dass je mehr und je besser ein Film beworben wird, desto mehr Erfolg hat er. Stellt sich ein Film schnell als „schlecht“ heraus, stellt sich zwar die Mundpropaganda ein, doch an diesem Punkt hat die Werbung schon eine Vielzahl an Rezipienten in die Kinos gelockt. Das heißt, selbst ein „schlechter“ Film könnte durch Vermarktung wenigstens die Kosten wieder einspielen. Nicht ohne Grund gilt das erste Verkaufswochenende nach Kinostart als der bedeutendste und entscheidendste Faktor. Hollywood baut genau auf diese erste Woche mit extrem viel Werbung direkt vor dem Kinostart. Dadurch sollen so viele Zuschauer in die Kinos gelockt werden um möglichst schnell die Kosten einzuspielen. Außerdem wird zusätzlich die Abschreckung potentieller Zuschauer durch negative Kritiken von Filmjournalisten und Filmbloggern gemindert. Natürlich klingt diese Art des

Marketings nach schneller Ausbeutung und Ausnutzung des unwissenden Zuschauers. Aber aus Sicht eines Produzenten wird damit das Risiko eines Verlustes minimiert. Bei *Paranormal Activity* war es nicht nur die Mundpropaganda die den Film verbreiteten. Die zusammenschreckenden Zuschauer aus den Vorführsälen welche zwecks PR verbreitet wurden, waren ausschlaggebend. Diese Macht des Marketings wird in Deutschland stark unterschätzt und in Verbindung mit aller Risikoangst und konventionelle Mentalität bleiben viele Filme nicht nur ihre Förderrückzahlung schuldig.

#### 4.1.5 Relation USA und deutsches System

Wie in 2.1.4 beschrieben, werden rein deutsche Filme im Durchschnitt mit circa vier Millionen Dollar produziert. dies entspricht Jason Blums Micro-Budgeting-Modell. Nun muss dabei aber auch die Relation aus Low- und Normal-Budget in USA und Deutschland beachtet werden. Denn während in Deutschland der Durchschnittswert bei vier Millionen liegt, so liegt, wie in 2.1.4 erläutert, in den USA bei circa 100 Millionen Dollar. Es wäre daher falsch zu sagen, in Deutschland würde man sowieso schon im Micro-Budget-Rahmen produzieren. Die Frage, die dieser Erkenntnis resultiert ist, wie deutsches Micro-Budgeting aussähe und ob sich daraus ein Erfolg abzeichnen würde. Jason Blums Vorgabe ist ja nicht auf geringe Löhne beschränkt. Natürlich wird bei den meisten Produktionen darauf geachtet, in so kurzer Zeit wie möglich, so effizient wie möglich zu drehen, um innerhalb vom Budget zu bleiben, dies ist aber eine Art und Weise zu arbeiten, die in jedem Betrieb philosophiert wird. *Blumhouse Productions* hat im Vergleich sehr strenge Vorgabe von maximal 25 Drehtagen und nur ein bis drei Drehorte. Dies kann im Hinblick auf deutsche Produktionen untersucht werden.

#### 4.1.6 Sparmaßnahmen

Auf Grund der beschriebenen Arbeiten im Theorieteil dieser Arbeit und da sich das Blum Micro-Budgeting vor allem im Genrefilm dem Horror bezahlt machte, ist der passendste Vergleich aus dem Genrefilm die wohl bekannteste deutsche Krimiserie *Tatort*. Natürlich verfolgt *Tatort* nicht die Ambitionen eines Horrorfilms. Eine *Tatort*-Folge ist im Durchschnitt ebenso lang wie die Blumhouse Produktionen, nämlich 90 Minuten. Die Kosten für einen Film liegen bei etwa 1,5-1,8 Millionen. Die Anzahl der Drehtage liegt bei 21-24, wobei aus Budgetgründen stetig weniger Drehtage freigegeben werden. Hier lässt sich schon vermuten, dass in Deutschland schon sehr gespart wird. Dies

verdeutlicht Gebhard Henke (WDR-Fernsehspielchef /ARD-Tatort-Koordinator. Stand 2012) im Fokus-Artikel „Sparmaßnahmen bei Fernsehfilmen – Produzieren bleibt schwierig“:

„Wir wissen, dass wir mit 21 Drehtagen am Ende der Fahnenstange angekommen sind. Weniger geht nicht. Aber auch uns stehen außer bei Eventproduktionen keine höheren Etats zur Verfügung. Wir wissen um die Probleme der Produktionen. Eine Lösung wäre, weniger Filme zu drehen. Aber das will keiner.“<sup>61</sup>

Dies ist natürlich auf Tatort als Fernsehfilmbeispiel bezogen. Nun muss berücksichtigt werden, dass die Fernsehfilme als ihre Distributionsform fast ausschließlich Fernsehsender haben, also keine Kinoaufführungen oder eine erwähnenswerte DVD- und Blu-Ray-Vermarktung. Zusätzlich wird bei Fernsehfilmen eine Tarifgage bezahlt. Die Beteiligten bekommen also für ihre Leistung direkt Geld. Kinofilme hingegen haben eine flexiblere Drehtagezeit. „*Honig im Kopf*“ von Til Schweiger wurde beispielsweise innerhalb von etwa 45 Tagen gedreht. Außerdem herrscht je nach Kinofilm, Produktionsfirma, involvierte Förderungen usw. eine Mischung aus Tarifgagen (z.B. Angestellte der Produktionsfirma, Komparsen) verhandelten Gagen (z.B. Regisseur, Hauptdarsteller), Rückstellungsverträgen (z.B. Nebendarsteller, Crew). Vor allem bei studentischen Kinofilmen mit Crew und Cast aus den eigenen Reihen sind Rückstellungsverträge am ehesten vertreten. Was allerdings so gut wie gar nicht üblich ist – außer für Produktionsfirmen, unabhängige Produzenten oder teils Regisseure – ist die Gewinnbeteiligung. Dies ist jedoch elementarer Bestandteil von Blums Micro-Budgeting-Konzept, denn schließlich werden die Mitwirkenden vor allem durch die Beteiligung am Erfolg angelockt.<sup>62,63</sup>

#### 4.1.7 Bedingungen für Micro-Budgeting in Deutschland

Um Micro-Budget in Deutschland zu den besagten und etablierten Produktionsformen abzugrenzen und dadurch einen möglichst gleichen Effekt zu bekommen, wie die Blumhouse Produktionen, wird nun untersucht, welche

---

<sup>61</sup> Vgl. Vgl. Seewald, 2012: Sparmaßnahmen bei Fernsehfilmen.

<sup>62</sup> Vgl. Kiru, 2013: Sender veröffentlicht Spielfilm-Budgets.

<sup>63</sup> Vgl. CREW UNITED (o.V.)(o.J.): Honig Im Kopf.

Bedingungen vorhanden sind oder geschaffen werden müssen und in welcher Form das Konzept auf deutsche Verhältnisse angepasst werden muss.

## Sprache

Ein entsprechender Vorteil, den die Filme von *Blumhouse Productions* haben ist, dass sie aufgrund ihrer US-amerikanischen Herkunft englischsprachig und somit international leicht verwertbar sind. Englischsprachige Filme werden in nichtenglischsprachigen meist mit Originalton und Untertiteln gezeigt. Deutschland ist eines der wenigen Länder, das mithilfe seiner guten Synchronisationsinfrastruktur beinahe jeden bekannten Film aus den USA, aber auch aus vielen anderen Ländern auf deutscher Sprache ins Kino bekommt.

Deutschsprachige Filme werden im Ausland in den meisten Fällen mit Untertiteln gezeigt. Da dies jedoch als eher unbequem wahrgenommen wird, vor allem in den USA, haben deutschsprachige Filme im Ausland mit Ausnahmen wie weniger Erfolg.

Im Hinblick auf ein deutsches Micro-Budgeting-Modell bietet es sich also an, Filme direkt auf Englisch zu drehen. Dies würde ausschlaggebend zur Verbreitung beitragen. Deshalb ist es von Vorteil, gleich einen Verleih zu finden, der die Filme dann auch international vermarktet. Damit dies wiederum geschieht, müssen die Filme natürlich auch international interessant sein, ansonsten würde ein Verleih kaum die teure Vermarktung finanzieren.

Die Sprache ist also der ausschlaggebende Faktor, der aus einem Low-Budget-Film nicht nur wenigen Filmenthusiasten Anklang findet, sondern international erfolgreich sein kann. Ein relativ aktuelles Beispiel für die Bedeutung der Sprache ist der deutsche Film „Victoria“, der in Berlin spielt und wegen seiner Handlung den überwiegend englischen Sprachanteil rechtfertigt. „Victoria“ konnte dank dem Berliner internationalen Charakter so einiges Aufsehen in und außerhalb Deutschlands erregen. Letztendlich war der englische Sprachanteil sogar zu groß, um von den Academy Awards (Oscar) als fremdsprachigen Film nominiert zu werden. Natürlich ist die Sprache nicht alles- oder alleinentscheidend, aber eine Bedingung, um aus Deutschland heraus einen internationalen kommerziellen Erfolgsfilm zu erschaffen.<sup>64,65,66</sup>

---

<sup>64</sup> Vgl. IMDB (o.V.) (o.J.): Victoria.

<sup>65</sup> Vgl. Lodge (2015): FilmReview: 'Victoria'

<sup>66</sup> Vgl. Rodek (2015)

Die Qualität des Inhalts, der Technik (Kinematographie) und der Darstellung muss sich im internationalen Vergleich messen lassen müssen. Doch wird hierauf nicht näher eingegangen, da eine entsprechende Qualität grundsätzlich, auch national, vorausgesetzt ist und dies nicht ein spezifischer Teil von Micro-Budgeting ist.

### **Gagenstrategie**

Im Kapitel 3.2.1 wurde aufgezeigt, dass Micro-Budgeting eine besondere Möglichkeit ist, eine möglichst hohe Rentabilität zu erreichen. Auf Deutschland bezogen, würden bei einer Produktion zwar Rückstellungsverträge vereinbart werden, doch mit unkonventionellen Abweichungen: Mitwirkende bekommen noch weniger direkte Teilauszahlung, dafür aber eine Gewinnbeteiligung. Das heißt, die Rückstellungsverträge wären nicht auf das Maximum einer tarifgerechten Gage beschränkt, sondern garantierten eine grundsätzliche Beteiligung am Gewinn. Grund dafür wäre, dass sich die Kosten in der Produktionszeit sehr niedrig halten ließen, aber aufgrund des potentiellen Gewinns auch bekanntere Darsteller angelockt würden. „Human Ressource“, Kosten könnten somit aufgeschoben, also zurückgestellt werden – bis der Film kommerziellen Erfolg hat. Sollte der Film keinen Gewinn einspielen, wären Produktionsfirma und/oder Verleih nicht dazu verpflichtet, aus eigener Tasche Gegenleistungen zu zahlen. Natürlich birgt dies das Risiko für die Beteiligten (beinahe) leer auszugehen, hat aber auch das Potential, überdurchschnittliche Gegenleistungen an die Mitwirkenden auszuschütten.

### **Produktion und Logistik**

Blums strenge Vorgabe über Drehzeit und Drehorte lässt sich eins zu eins auf Deutschland übertragen. Ortswechsel und Drehortmiete unterscheidet sich vom Zeit- und Kostenaufwand her nicht von den US-amerikanischen Verhältnissen. Drehzeit ist bei Blumhouse damit gekoppelt, dass die vorgeschriebenen branchenüblichen Arbeitszeiten eingehalten werden. In Deutschland gibt es dazu auch einige Vorgaben. In der deutschen Film- und Fernsehbranche werden diese Vorgaben aber selten eingehalten.<sup>67</sup> Vorgegeben sind branchenintern vereinfacht gesagt zehn Stunden pro Tag. In der Realität sind

---

<sup>67</sup> Seewald (2012): SUEDEUTSCHE.de. Sparmaßnahmen bei Fernsehfilmen.



Drehtage aber nicht selten 12 bis sogar 18 Stunden lang sein. Dies ist in Fernsehfilmen den strengen Vorgaben und im Kinofilm dem engen Budgetrahmen geschuldet.<sup>68</sup>

Gerade Technik (also Kamera, Licht usw.), aber auch Miete (Drehort, PKW, LKW, usw.) werden auf Tage gerechnet und sind sehr teuer. Jeder einzelne Drehtag kostet also sehr viel Geld. Verzögerungen oder Drehausfälle können schnell das Budget sprengen. Hier muss der Drahtseilakt gemeistert werden, dass man die Mitwirkenden im Hinblick auf ihre Bezahlung nicht zu sehr überbelastet und aber trotzdem die Drehtageanzahl in Grenzen hält. Kann den Beteiligten eine faire Arbeitszeit gewährt werden, sind sie noch engagierter und motivierter, die Produktion voranzutreiben. Doch um bei der verhältnismäßig kurzen Arbeitszeit von zehn Stunden trotzdem auf eine kleine Drehtageanzahl zu kommen, ist es nötig – wie bei Blums Produktionen – die Drehorte entsprechend auszuwählen: Maximal zwei bis drei verschiedene Drehorte, die wenig oder keine Miete kosten und nah beieinander liegen. Abbau und Aufbau muss innerhalb eines Tages geschafft werden. Mietskosten können niedrig gehalten werden, in dem eigene Kontakte aus dem nahen Umfeld geprüft werden oder im finanziellen Idealfall das eigene Haus genutzt wird, wie Oren Peli bei Paranormal Activity.

### **Genre und Inhalt**

Ob Komödie, Thriller, Action- oder Liebesfilme, als Filmrezipient ist man gewohnt, dass Filme an vielen verschiedenen Orten und teilweise sogar in vielen verschiedenen Ländern spielen. Um die engen logistischen Vorgaben einhalten zu können, muss von Konzept an darauf Rücksicht genommen werden. Bei der Genreauswahl und der Handlung laufen nun die verschiedenen Faktoren zusammen. Um dem Anspruch an eine hohe Rentabilität treu zu bleiben, ist schon die Entscheidung über das Genre bedeutend. Denn manche Genres haben zwar ein sehr hohes Ansehen bei Filmkritikern, sind aber weniger für kommerzielle Erfolge geeignet. Andere Genres haben dagegen bei Kritikern wie bei der breiten Masse immer wieder gute Chancen, sind aber oft sehr teuer zu produzieren: z.B. Science-Fiction, Fantasy, Action.

Komödien sind sehr beliebt, vor allem in Deutschland. Doch lassen diese sich nicht nur schwer in ein bis drei Drehorten realisieren, sie funktionieren auch nur

---

<sup>68</sup> Vgl. Anlage 2: Auszug aus Tarifvertrag von ver.di: Manteltarifvertrag: Abschnitt. 5.1-5.3

dann, wenn die Darsteller besonders gut sind. Geeignete, professionelle Darsteller gehen aber wiederum einher mit zu hohen Gagen.

Selbstverständlich gibt es immer Ausnahmen, doch scheint der Fokus Jason Blums auf das Horrorgenre begründet zu sein. Die Blumhouse Produktionen zeigen, dass Horror sich auf kleinem Raum inszenieren lässt. Während bei Actionfilmen eine Autoverfolgungsjagd mit Explosionen zu Spannung führt, kann im Horror schon ein herunterfallender Schlüssel den Atem des Zuschauers stocken lassen. Der Fokus wird mit anderer Perspektive in einem neuen Zusammenhang auf Alltägliches gelegt, so kann der Horrorfilm sogar allein im eigenen Haus stattfinden. Das Genre eignet sich also nicht nur in den USA, sondern auch in Deutschland aus produktioneller Sicht für Micro-Budgeting. Wichtig ist jedoch, dass der Horrorfilm auch beim Publikum sehr beliebt ist und auch Menschen ins Kino gehen, die sonst eher selten eine Filmvorstellung besuchen. Grund dafür ist, dass Horror vor allem im Kino wegen der großen Leinwand und der hochwertigen Tonanlagen besonders atmosphärisch ist und somit also gut funktioniert. Komödien eignen sich oft als leichte Kost auch für Sonntagnachmittage zuhause.

Allerdings haben deutschsprachige Horrorfilme bei deutschem Publikum kein besonders gutes Image. Das mag zum einen daran liegen, dass der Durchschnitt der Deutschen kein großes Vertrauen in heimische Genrefilme hat, zum anderen gibt es nur sehr selten deutsche Horrorfilme in den Kinos.

Aktuelle Ausnahmen bildet beispielsweise der deutsche in Südafrika, auf Englisch gedrehte „Unfreund“ von Regisseur Simon Verhoeven aus dem Jahr 2016. Es liegen hier aktuell noch keine ausreichenden Informationen über Einspielergebnisse und Kritik vor. Großen Anklang fand wiederum der österreichische Film „Ich seh Ich seh“ (2015) von Veronika Franz und Severin Fiala vor allem international, obwohl er auf deutsch-österreichisch gedreht wurde. Das deutschsprachige Publikum muss also erst wieder in die Kinos gelockt werden.<sup>69</sup>

---

<sup>69</sup> Vgl. IMDB (o.V.) (o.J.): IMDB.com. Ich seh Ich seh. URL: <http://www.imdb.com/title/tt3086442/> [Stand 04.01.2016]

## 5 Ergebnis

Die Untersuchung hat aufgezeigt, was Micro-Budgeting ist, wo es seinen Ursprung hat und wie Jason Blum sein Erfolgsrezept daraus machte. Des Weiteren wurde sein Micro-Budget-Konzept durchleuchtet und der deutschen Produktionssituation gegenübergestellt. Als Grundlage wurde im theoretischen Teil zusammenhängend und geschichtliche Aspekte mit Micro-Budgeting vorgestellt. Dabei wurde auf die Independent Industrie eingegangen und deren Wichtigkeit in der Filmgeschichte in der Entwicklung neuer Ideen vorgestellt. Das Hauptbeispiel *Paranormal Activity* zeigte, wie Blum zu seinem Geschäftsmodell kam und wie es funktioniert.

Der Frage ob J.Blums Micro-Budgeting-Konzept sich auf Deutschland übertragen lässt, habe ich mir folgendermaßen angenähert: Theoretisch gesehen ist das Prinzip anwendbar. Wie in 4.1.7 erwähnt gibt es natürlich Bedingungen und Vorschläge zur erfolgreichen Anwendung. Zum einen wäre hier den Film in englischer Sprache zu drehen, um die Reichweite, wie Blum, für den internationalen Markt interessant zu sein. Zum anderen was sich erst als Hürde entpuppte ist die Finanzierung mit dem deutschen Filmförderungsprogramm. Diese muss nach meinen Forschungen zu Folge umgangen werden um außerhalb der tariflichen Gage zu arbeiten und um Blums Gegenstrategie mit voller Gewinnbeteiligung anzuwenden. Dadurch wären die Grenzen für mehr Gewinn offen und ein lockendes Angebot für teurere Schauspieler gewährt. Als Bedingung wäre hier natürlich die strikt einzuhaltende Arbeitszeit. Zudem muss die Anzahl der Drehtage eingehalten werden.

Die Genreauswahl führt alle Bedingungen zusammen und führt darauf, dass sich wie Blum es vorgibt, Horror sich sehr gut für diese minimalistische Arbeitsweise anbietet. Politische Hürden zu Förderung und Vertrieb und Verhalten des Markts auf die man als einzelner keinen Einfluss hat. Eine Lösung für diese Hindernisse konnten in dieser Arbeit allerdings nicht gefunden werden, da dies den Rahmen sprengen würde und solche Hindernisse nicht einfach missachtet werden können.

Auf Grund dieser Tatsache mag das Ergebnis dieser Arbeit zunächst oberflächlich erscheinen. Man könnte jedes Kriterium jeweils in einer eigenen Arbeit ausschachten, dies sollte aber nicht Gegenstand der vorliegenden Arbeit sein.

Hier sollten lediglich Möglichkeiten aufgezeigt werden, die theoretisch Betrachtet machbar sind und sich einer Problemlösestrategie annähern, was mir bei der Arbeit erst bewusst wurde.

Meine anfängliche Annahme, ein erfolgreiches Produktionskonzept nach Deutschland zu importieren, stellte sich mit laufender Recherche als schwierig heraus.

Mangelnde Informationen und unterschiedliche Definitionen innerhalb der Filmproduktionen und Aussagen bewegten mich erst einmal die Begrifflichkeiten zu klären und deren Zusammenhänge zu verstehen.

Bei der späteren wissenschaftlichen Untersuchung stieß ich auf unzugänglichen Informationen und weitaus tiefere Probleme, die bis außerhalb der Filmbranche liegen. Darunter fällt zum Beispiel das deutsche Filmförderung-Konzept in Verbindung zu Vertrieb/Verleih, welches für mich als größeres Hindernis für eine Anwendung des Micro-Budgeting-Konzepts ergab.

Alles in allem hat Blums Konzept meiner Meinung nach sehr gute und empfehlenswerte Ansätze, die man auf deutsche Produktionen anwenden kann und soll. Natürlich sind nicht alle Ansätze neu, aber meiner Meinung nach werden in Deutschland nicht immer berücksichtigt. Anwendbar sind sie in jedem Fall. Gerade seine Arbeit mit Regisseuren sollte nicht außeracht gelassen werden und an jeden Produzenten appellieren.

Vorausblickend vermute ich, auf Grund meiner Recherchen und der näheren Betrachtung, dass das gesamte Konzept in Deutschland nicht eins zu eins durchsetzbar ist. Allerdings sollten junge Produzenten, wie ich es nun auch bin, und sonstige Filmemacher, die Strategien Blums zu Gemüte führen, um sich inspirieren zu lassen. Daraus lässt sich dann, je nach Genre beziehungsweise Filmidee, ein auf Deutschland zugeschnittenes Konzept des Micro-Budgeting entwickeln. Ich gehe davon aus, dass es für den deutschen Markt kein übergreifendes Konzept, wie bei Blum geben kann, da der deutsche Markt schon allein auf Grund der Sprache, sich im internationalen Vergleich, schwierig gestaltet. Allerdings bin ich davon überzeugt, dass man mit dem Wissen und Inspiration sich Kniffe und Ideen des Blum'schen Konzept anschauen kann, um dann kostengünstig zu produzieren. Ob der Film dann den erwarteten Erfolg einheimst, muss allerdings noch abgewartet werden. Und so lass ich mich nicht entmutigen, denn...

“...what makes a good movie is character, acting, story...”<sup>70</sup>

---

<sup>70</sup>Vgl. BLUM, CA 15 Oktober 2015

# Literaturverzeichnis

## Literatur

CLEVÉ Bastian: Film Production Management, Third Edition, Focal Press 2006

MONACO James (2009): Film Verstehen. (Hg.): Rowohlt Verlag Neuausgabe 2009

MONACO James (2011): Film Verstehen. Das Lexikon. (Hg.): Rowohlt Verlag Mai 2011

NEWTON Dale | GASPARD John: Digitales Filme Machen. Schneller, Besser, Billiger. (Hg.): Zweitausendeins, 1. Auflage, August 2007

## Internetquellen

BARDOW Dominik (2010): TAGESSPIEGEL.de. Die Hollywoodformel. URL: <http://www.tagesspiegel.de/weltspiegel/kinoerfolg-die-hollywoodformel/1788182.html> [Stand 13.12.2015]

BRODERICK Peter (1999): NEXTWAVEFILMS.com. The ABC's of No-Budget Filmmaking. URL: <http://www.nextwavefilms.com/ulbp/abc.html> [Stand 17.12.2015]

CREW UNITED (o.V.)(o.J.): CREW-UNITED.com. Honig Im Kopf. URL: <http://www.crew-united.com/projekte/index.asp?IDPD=186744> [Stand 03.01.2016]

DAVIDSON Neil (2013): MWPDIGITALMEDIA.com. The Blair Witch Project - The best viral marketing campaign of all time. URL: <http://mwpdigitalmedia.com/blog/the-blair-witch-project-the-best-viral-marketing-campaign-of-all-time/> [Stand 17.12.2015]

GASS Lars Henrik (2015): FAZ.net Das deutsche Filmfördergesetz braucht einen Wandel URL: <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/medien/das-deutsche-filmfoerdergesetz-braucht-einen-wandel-13461802-p5.html> [Stand 29.12.2015]

GORE Chris (o.J.): ROTTENTOMATOES.com. The Blair Witch Project URL: [http://www.rottentomatoes.com/m/blair\\_witch\\_project/](http://www.rottentomatoes.com/m/blair_witch_project/) [STAND 20.12.2015]

HANKE Jeremy (o.J.): MICROFILMMAKER.com. MicroFilmmaker's Mission. URL: <http://www.microfilmmaker.com/mission.html> [Stand 01.12.2015]

IMDB (o.V.) (2012): IMDB.com. Cloud Atlas URL: [http://www.imdb.com/title/tt1371111/?ref\\_=fn\\_al\\_tt\\_1](http://www.imdb.com/title/tt1371111/?ref_=fn_al_tt_1) [Stand 14.11.2015]

IMDB (o.V.) (o.J.): IMDB.com. Ich seh Ich seh. URL:  
<http://www.imdb.com/title/tt3086442/> [Stand 04.01.2016]

IMDB (o.V.) (o.J.): IMDB.com. Paranormal Activity. URL:  
[http://www.imdb.com/title/tt1179904/trivia?ref\\_=tt\\_trv\\_trv](http://www.imdb.com/title/tt1179904/trivia?ref_=tt_trv_trv) [Stand 27.12.2015]

IMDB (o.V.) (o.J.): IMDB.com. Victoria. URL: <http://www.imdb.com/title/tt4226388/>  
[Stand 04.01.2016]

JECKE Jenny (2015): MOVIEPILOT.de. Blut ist teuer - Wie Blumhouse den Horrorfilm eroberte. URL: <http://www.moviepilot.de/news/blut-ist-teuer-wie-blumhouse-den-horrorfilm-eroberte-152751> [Stand 2.1.2016]

KIRU (2013): FOCUS.de. Sender veröffentlicht Spielfilm-Budgets. URL:  
[http://www.focus.de/kultur/kino\\_tv/sender-veroeffentlicht-spielfilm-bugets-das-bezahlt-die-ard-fuer-einen-tatort-pro-minute\\_aid\\_1100041.html](http://www.focus.de/kultur/kino_tv/sender-veroeffentlicht-spielfilm-bugets-das-bezahlt-die-ard-fuer-einen-tatort-pro-minute_aid_1100041.html) [Stand 04.01.2016]

LAUFFS Manfred(2015): FILMREZESION.de. Der Medicus. URL:  
[http://filmrezension.de/+frame.shtml?/filme/der\\_medicus.shtml](http://filmrezension.de/+frame.shtml?/filme/der_medicus.shtml) [Stand 15.12.2015]

LODGE Guy (2015): VARIETY.com. FilmReview: 'Victoria' URL:  
<http://variety.com/2015/film/reviews/berlin-film-review-victoria-1201426918/> [Stand 04.01.2016]

NICHOLSON Amy (Oktober 2015) : LAWEEKLY.com. Can Budget-Slasher Jason Blum Prove The Way Hollywood Makes Movies Is Horrifyingly Wrong. URL:  
<http://www.laweekly.com/arts/can-budget-slasher-jason-blum-prove-the-way-hollywood-makes-movies-is-horrifyingly-wrong-6176088> [Stand 2.1.2016]

PALMERI Christopher (2012): BLOOMBERG.com. 'Cloud Atlas' at \$100 Million Fills Independent Film Void. URL: <http://www.bloomberg.com/news/articles/2012-10-26/-cloud-atlas-at-100-million-fills-independent-film-void> [Stand 15.11.2015]

RODEK Hans-Georg(2015): WELT.de. "Victoria" droht Blockade bei Oscar-Nominierung. URL: <http://www.welt.de/kultur/kino/article145662627/Victoria-droht-Blockade-bei-Oscar-Nominierung.html> [Stand 04.01.2015]

SANDER Daniel (2007): SPIEGEL.de. Kostenexplosion. URL:  
<http://www.spiegel.de/spiegel/kulturspiegel/d-52730315.html> [Stand 15.12.2015]

SEEWALD Jörg (2012): SUEDEDEUTSCHE.de. Sparmaßnahmen bei Fernsehfilmen. URL: <http://www.sueddeutsche.de/medien/sparmassnahmen-bei-fernsehfilmen-das-ist-moerderisch-1.1429234> [Stand 04.01.2016]

STATISTA (o.V.) (o.J.): Produktionskosten deutscher Spielfilme bis 2014 URL: <http://de.statista.com/statistik/daten/studie/168469/umfrage/produktionskosten-deutscher-filme-seit-2003/> [Stand 27.11.2015]

THE NUMBERS (o.V.)(o.J.): Box Office History for Blumhouse Movies URL: <http://www.the-numbers.com/movies/production-company/Blumhouse> [Stand 27.12.2015]

THE NUMBERS: Box Office History for Blumhouse Movies URL: <http://www.the-numbers.com/movies/production-company/Blumhouse> [Stand 27.12.2015]

TIMMLER Vivien (2015): SUEDEDEUTSCHE.de Hollywood-Filme mit Micro-Budget URL: <http://www.sueddeutsche.de/wirtschaft/effizienter-arbeiten-in-hollywood-vier-regeln-fuer-traum-renditen-1.2657356> [Stand 2.1.2016]

TRAVERS Peter (2009): ROLLINGSTONE.com. Review Paranormal Activity, URL: <http://www.rollingstone.com/movies/reviews/paranormal-activity-20091022> [Stand 13.12.2015]

Uni Kiel (2012): Lexikon der Filmbegriffe – C-Filme. URL: <http://filmlexikon.uni-kiel.de/index.php?action=lexikon&tag=det&id=6863> [Stand 10.12.2015]

Uni Kiel (2012): Lexikon der Filmbegriffe – Exploitation. URL: <http://filmlexikon.uni-kiel.de/index.php?action=lexikon&tag=det&id=143> [Stand 10.12.2015]

Uni Kiel: Lexikon der Filmbegriffe - double feature. URL: <http://filmlexikon.uni-kiel.de/index.php?action=lexikon&tag=det&id=1953> [Stand 15.11.2015]

Uni Kiel: Lexikon der Filmbegriffe – B-Filme. URL: <http://filmlexikon.uni-kiel.de/index.php?action=lexikon&tag=det&id=1040> [Stand 15.11.2015]

Uni Kiel: Lexikon der Filmbegriffe – Low Budget. URL: <http://filmlexikon.uni-kiel.de/index.php?action=lexikon&tag=det&id=3883> [Stand 15.11.2015]

WHITE James (2009): GAMESRADAR.com. The Story Behind Paranormal Activity URL: <http://www.gamesradar.com/the-story-behind-paranormal-activity/> [Stand 27.12.2015]

### **Sonstige Quellen**

PELI Orin: Paranormal Activity US: Blumhouse Productions 2009, (Blu-Ray)

---

# Anlagen

Anlage 1: J. Blums Filmografie mit Budget und Einspielergebnissen (2009-2015)

Anlage 2: Auszug aus Tarifvertrag von ver.di: Manteltarifvertrag



## Anlage 1: J. Blums Filmografie mit Budget und Einspielergebnissen (2009-2015)

Erstellt mit eigener Recherche aus den Quellen *IMDb.com* und *The-Numbers.com*.

Datum	Fim	Budget	Einspielergebnissen	Rund in Mio
2009	Paranormal Activity	\$ 450.000	\$ 194.183.034	194,18
2010	The Tooth Fairy	\$ 48.000.000	\$ 112.610.386	112,61
2010	Paranormal Activity 2	\$ 3.000.000	\$ 177.512.032	177,51
2011	Insidious	\$ 1.500.000	\$ 99.500.000	99,50
2011	Paranormal Activity 3	\$ 5.000.000	\$ 202.053.386	202,05
2012	The Babymakers	N/A	\$ 256.555	0,26
2012	Sinister	\$ 3.000.000	\$ 87.727.807	87,73
2012	Paranormal Activity 4	\$ 5.000.000	\$ 140.619.520	140,62
2012	The Bay	\$ 2.000.000	\$ 1.600.000	1,60
2013	Dark Skies	\$ 3.500.000	\$ 27.704.111	27,70
2013	The Purge	\$ 3.000.000	\$ 91.265.155	91,27
2013	Insidious Chapter 2	\$ 5.000.000	\$ 161.921.515	161,92
2013	Plush	\$ 2.000.000	\$ 28.864	0,03
2013	Stretch	\$ 5.000.000	\$ -	0,00
2014	Paranormal Activity 5	\$ 5.000.000	\$ 86.362.372	86,36
2014	Best Night Ever	N/A	\$ 18.861	0,02
2014	Oculus	\$ 5.000.000	\$ 44.115.496	44,12
2014	13 Sins	\$ 4.000.000	\$ 826.252	0,83
2014	The Purge: Anarchy	\$ 9.000.000	\$ 111.533.636	111,53
2014	Whiplash	\$ 3.300.000	\$ 33.474.334	33,47
2014	The Town That Dreaded Sundown	N/A	\$ -	0,00
2014	Ouija	\$ 5.000.000	\$ 103.590.271	103,59
2014	Jessabelle	N/A	\$ 470.754	0,47
2014	6 Miranda Drive	N/A	\$ -	0,00
2015	The Boy Next Door	\$ 4.000.000	\$ 52.426.530	52,43
2015	The Lazarus Effect	\$ 5.000.000	\$ 28.101.570	28,10
2015	Unfriended	\$ 1.000.000	\$ 62.561.449	62,56
2015	Area 51	\$ 5.000.000	\$ 7.556	0,01
2015	Insidious Chapter 3	\$ 10.000.000	\$ 120.678.444	120,68
2015	Creep	N/A	\$ -	0,00
2015	The Gallows	\$ 100.000	\$ 41.364.410	41,36
2015	The Gift	\$ 5.000.000	\$ 58.978.653	58,98
2015	Sinister 2	\$ 10.000.000	\$ 52.690.149	52,69
2015	The Visit	\$ 5.000.000	\$ 98.295.804	98,30
2015	The Green Inferno	\$ 5.000.000	\$ 12.600.000	12,60
2015	Paranormal Activity 6	\$ 10.000.000	\$ 77.497.124	77,50
2015	Jem and the Holograms	\$ 5.000.000	\$ 2.327.166	2,33
<b>Total</b>		<b>\$ 182.850.000</b>	<b>\$ 2.284.903.196</b>	
<b>Durchschnitt</b>		<b>\$ 5.898.387</b>	<b>\$ 61.754.140</b>	

## Anlage 2: Auszug aus Tarifvertrag von ver.di: Manteltarifvertrag

Tarifvertrag für auf Produktionsdauer beschäftigte Film- und Fernsehschaffende (TV FFS) zwischen Allianz Deutscher Produzenten – Film & Fernsehen e.V. und Vereinte Dienstleistungsgewerkschaft (ver.di) vom 1. Juli 2014

## Auszug des Manteltarifvertrags - 5. Arbeitszeit

---

**I. Manteltarifvertrag**

---

**Protokollnotiz zu Ziffer 4.6:**

*Die Tarifvertragsparteien sind sich darüber einig, dass es sich bei dieser Vereinbarung stets um befristete Arbeitsverhältnisse handelt.*

**5. Arbeitszeit****5.1. Präambel**

Die besonderen Bedingungen der Film- und Fernsehproduktion haben zur Folge, dass die Arbeitszeiten sich grundsätzlich an den künstlerischen und technischen Erfordernissen des jeweiligen Herstellungsprozesses orientieren. Für die jeweils auf Produktionsdauer befristeten Arbeitsverhältnisse kann daher bei den folgenden Bestimmungen dem Umstand Rechnung getragen werden, dass die Filmschaffenden während eines Kalenderjahres nicht durchgehend 52 Wochen beschäftigt sind.

**5.2. Arbeitszeit**

- 5.2.1. Die wöchentliche regelmäßige Arbeitszeit beträgt 40 Stunden, die, soweit dieser Tarifvertrag nichts anderes bestimmt, gleichmäßig auf die Wochentage Montag bis Freitag zu verteilen sind.
- 5.2.2. Die Arbeitszeit rechnet sich von dem Zeitpunkt an, zu dem der Produzent oder dessen Beauftragter den Filmschaffenden bestellt haben, ohne Rücksicht auf den Zeitpunkt des Einsatzes.
- 5.2.3. Als Arbeitszeit gelten außer der Proben- und Drehzeit am Set auch die Zeit für die Vorbereitungs-, Bearbeitungs- und Abwicklungstätigkeiten des Filmschaffenden, die er auf Veranlassung des Produzenten oder dessen Beauftragten in Erfüllung seiner vereinbarten Tätigkeit zu leisten hat. Für Darsteller rechnet das Herrichten zur Aufnahme bis zu einer Stunde nicht zur regelmäßigen Arbeitszeit.
- 5.2.4. Jeder angefangene Arbeitstag wird mit mindestens 8 Stunden berechnet.

**5.3. Wochengage**

- 5.3.1. Die Wochengage vergütet eine 5-Tage-Woche innerhalb einer Kalenderwoche, in der jeder angefangene Arbeitstag mit mindestens 8 Stunden berechnet wird. Sie beinhaltet die Verpflichtung, an einzelnen Tagen bis zu 4 weitere Stunden zu arbeiten, wobei insgesamt 50 Wochenstunden nicht überschritten werden dürfen.
- 5.3.2. Die Wochengagen, die der gesondert kündbare Gagentarifvertrag ausweist, vergüten den Regelfall der Film- und Fernsehproduktion; sie sind als Mindestgagen verbindlich, soweit nicht ein Vertrag nach Ziff. 5.3.3 abgeschlossen wird.
- 5.3.3. Ausnahmsweise kann – unter Berücksichtigung der Produktionsformen, insbesondere bei nichtszeneischen Produktionen – ein Vertrag mit verminderter Wochengage abgeschlossen werden; die Gage beträgt in diesem Fall 80% der Wochen-

## **Eigenständigkeitserklärung**

Hiermit erkläre ich, dass ich die vorliegende Arbeit selbstständig und nur unter Verwendung der angegebenen Literatur und Hilfsmittel angefertigt habe. Stellen, die wörtlich oder sinngemäß aus Quellen entnommen wurden, sind als solche kenntlich gemacht. Diese Arbeit wurde in gleicher oder ähnlicher Form noch keiner anderen Prüfungsbehörde vorgelegt.

---

Ort, Datum

Michael Enthammer